

PROYECTO DE COMERCIO EXTERIOR



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

EXPORTACIÓN DE MAQUINARÍA AGROALIMENTARIA A PERÚ

Alumnos:

Ainhoa Abando Arana

Roberto Vaquero Sastre

Carlos Moraleda Roperó

Pedro Miguel Olmo Mazcuñan

Tutor: Luis Hernández Gutiérrez

AGRADECIMIENTOS:

Este proyecto académico no podría haberse llevado a cabo sin el apoyo prestado por todos los profesores del Máster de Comercio Internacional, los cuales siempre encontraban el tiempo necesario a la hora de resolvernos las dudas que surgían.

En especial debemos agradecer la tarea de Don Javier Oyarzun como director del máster y profesor del bloque de proyecto por su labor a la hora de desarrollar este bloque.

Igualmente debemos agradecer a nuestro tutor Don Luis Hernández su trabajo por la gran implicación que ha mostrado hacía nuestro proyecto, guiándonos y aconsejándonos a la hora de realizar este proyecto. Luis no solamente ha realizado una tarea docente sino también laboral, nos ha aproximado a la realidad laboral, al establecer en ocasiones un rol de jefe-trabajador.

A la par debemos nombrar en los agradecimientos a nuestros compañeros de clase del máster, las sinergias creadas entre todos han motivado que nuestros proyectos mejoraran, la competencia entre los alumnos ha motivado proyectos más elaborados y de calidad.

ÍNDICE

1.- PROYECTO	5
1.1. Introducción.	6
1.2. Elección del proyecto	6
1.3. Alternativa escogida.....	7
1.4. Alternativas descartadas.....	8
2.- PLAN DE NEGOCIOS.....	12
2.1. Volumen de ingresos necesarios	13
2.2. Cantidad de operaciones necesarias	15
2.3. Análisis y conclusión	16
3.- EMPRESA	17
3.1. Nombre, Logo y Web.....	18
3.2. Tipo de sociedad: Alternativas y elección final justificada.....	19
3.3. Actividad: Intermediación.....	20
3.4. Organigrama.....	22
3.5. Forma de trabajo: académica y empresarial.	22
4.- PRODUCTO	24
4.1. Producto	25
4.1.1. Descripción.....	26
4.1.2. Instalación	31
Plan de Marketing	31
4.1.3. Investigación de mercado.....	31
4.1.4. Objetivos	32
4.1.5. Estrategia general	33
4.1.5. Audiencia y plan de actuación.....	34
4.1.5. Distribución.....	35
4.2. DAFO.....	36
5.- PAÍSES	37
5.1. Análisis Perú.	38
5.1.1 Población.....	38

5.1.2 Idioma y religión.....	38
5.1.3 Moneda y tipo de cambio.....	38
5.1.4 Organización política.....	38
5.1.5 Situación económica general.....	39
5.1.6 Sector Primario.....	40
5.1.7 Tamaño de la demanda de las maquinas agroalimentarias.....	41
5.2. Análisis España.....	43
5.2.1. Situación económica general.....	43
5.2.2. Comercio exterior e inversiones.....	44
5.2.3. Oferta de maquinaria agroindustrial en España.....	45
5.3. Análisis Ecuador.....	46
5.3.1. Población.....	46
5.3.2. Lengua oficial y religión.....	46
5.3.2. Moneda y tipo de cambio.....	46
5.3.3. Organización política.....	46
5.3.4. Situación económica general.....	47
5.3.4.2 Tamaño de la demanda de las maquinas agroalimentarias.....	48
6.- LOGÍSTICA.....	49
6.1. Envase y Embalaje.....	51
6.2. Pallets y contenedores.....	51
6.3. Modalidad de transporte.....	52
6.3.1. Transporte aéreo.....	53
6.3.2. Transporte terrestre.....	53
6.3.3. Transporte marítimo.....	53
6.4. Documentos marítimos.....	54
6.5. Cotización de transporte.....	55
6.6. Seguro marítimo.....	55
6.7. Almacenaje.....	56
7.- FISCALIDAD.....	57
7.1 Fiscalidad en origen.....	58
7.2 Fiscalidad en destino.....	58
8.- FINANCIACIÓN.....	60
8.1 Medio de pago.....	61
8.1.1. Opciones disponibles.....	61

8.2. Financiación	66
8.2.1. Necesidades	66
8.2.2. Alternativas	67
8.2.4. Elección.....	68
8.3. Seguro	69
8.3.1. Riesgos	69
8.3.2. Coberturas	71
8.3.3. Elección.....	71
9.- ESCANDALLO.....	73
10.- CONTRATACIÓN	76
10.1. Contrato de representación.....	77
10.2. Contrato de compraventa	80
11.- EJECUCIÓN REAL	85
12.- CONCLUSIONES	87
13.- BIBLIOGRAFÍA	90

PROYECTO DE COMERCIO EXTERIOR:

**EXPORTACIÓN DE MAQUINARIA
AGROALIMENTARIA A PERÚ**



Universidad
Complutense
Madrid

1.- PROYECTO

1. PROYECTO

1.1. Introducción.

Destaquemos primero brevemente la importancia del comercio, en concreto el comercio internacional. Desde Adam Smith y David Ricardo hasta la actualidad, muchos economistas han defendido las virtudes del comercio internacional frente a la autarquía. Sin entrar en debates sobre el libre-mercado o proteccionismo o sus ventajas e inconvenientes frente al comercio nacional, el hecho es que en mayor o menor medida el comercio internacional es actualmente, una necesidad, históricamente demostrado, una actividad que entre otras virtudes ha aportado progreso a aquellos pueblos o países que lo han desarrollado con inteligencia.

Hoy en día, dadas las necesidades y los hábitos de consumo mundiales, el comercio internacional es algo intrínseco a prácticamente cualquier producto o actividad, absolutamente extendido e incluso aún en desarrollo. Pocas son ya las empresas de cualquier tamaño que en alguna fase de su proceso de actividad, no se ven involucradas en relaciones con empresas que le son foráneas. Dicho esto, es evidente la necesidad, o más bien la virtud de conocer y dominar todas las facetas, normas y formalidades que integran dicho comercio internacional. En las próximas páginas, procederemos a explicar una actividad de comercio exterior, procurando detallar cada una de las fases, aspectos y particularidades que lo conforman.

1.2. Elección del proyecto

La operación comercial internacional a realizar como proyecto es la exportación de la maquinaria necesaria para el tratado de los espárragos, desde su recolección hasta su puesta a consumo para el público.

En un principio comenzamos con la idea del “packaging” de frutas en general, la idea de dicha actividad fue propuesta en un inicio por uno de nosotros, en concreto Roberto Vaquero. Dicha elección fue el resultado de una primera fase de trabajo, una vez constituidos como grupo de proyecto del máster, en la que todos los miembros planteamos ideas de negocio de comercio internacional.

Tras un análisis de esta idea y después de ir descartando diferentes ideas que iban surgiendo para el proyecto y con el apoyo y supervisión de nuestro tutor, la elección

final fue por razones de viabilidad tanto comercial, como logística y operacional la exportación de la maquinaria necesaria para el tratamiento de espárragos.

1.3. Alternativa escogida

El producto elegido para nuestro proyecto de exportación, es la venta en Perú de maquinaria agro-alimentaria, concretamente de líneas de conserva para espárragos. Estas líneas de conserva, reciben el producto en bruto (el espárrago tal y como es recolectado) y tras la aplicación de numerosos procesos obtendremos el tarro de cristal o lata, con los espárragos en conserva.

En la actualidad el Perú es el primer país exportador de espárragos del mundo, habiendo logrado desplazar a importantes países productores como China y Estados Unidos, y ser reconocido mundialmente por la calidad de su producto. Las excepcionales condiciones de clima y la ubicación geográfica que posee el Perú le permiten contar con los rendimientos más altos del mundo, de manera que Perú produce prácticamente lo mismo que China, con menos de la mitad de su área de cultivo. En Perú el espárrago no es una plantación estacional, sino que sus condiciones climáticas permiten un cultivo continuo del espárrago, por tanto permite la optimización del uso de la maquinaria.

El desarrollo de las regiones productoras de espárrago está asociado principalmente con esta actividad agroexportadora, permitiendo un mayor crecimiento de los mismos. Desde una perspectiva socioeconómica, Ica y La Libertad son considerados como las regiones con un desarrollo superior en el país, basado en factores como el desarrollo económico y las características de la oferta laboral, marcando una disparidad respecto al desarrollo de otros departamentos del país.



Como fuente de trabajo, la agricultura del espárrago es mucho más importante que la de otros cultivos tradicionales de las zonas, como el algodón, el maíz, el arroz, etc. Sumado a los puestos de trabajo generados en la industria, la actividad esparraguera brinda al

país un estimado de 50 mil puestos de trabajo descentralizado a lo largo de la costa peruana, de los cuales el 60% corresponde a mujeres, hecho importante en la búsqueda de igualdad de oportunidades laborales, por cuanto la población económicamente activa en el país se caracteriza por ser en su mayoría masculina (56%).

La cadena agro-productiva del espárrago en el Perú, al igual que otros productos de agro-exportación, se enfrenta a un gran problema relacionado con un sistema de comercio orientado al exterior. Necesitan incluir valor añadido en su producción, que les permita conseguir mejores precios de venta y un mayor número de clientes. Actualmente, Perú está exportando alrededor del 80% de la producción del espárrago en fresco, es decir sin ningún tipo de conservación. Este aporte tecnológico les permitirá que el producto alcance un mayor desarrollo para poder competir contra otros países consiguiendo que sus exportaciones aumenten y se consoliden a lo largo del tiempo.

El gobierno peruano, por su parte, continuamente está creando programas para que el espárrago se convierta en Perú en una de las bases de su economía agraria, junto al desarrollo de numerosos programas para que aumenten las exportaciones de este producto. Este contexto facilitará el éxito de las operaciones que desarrollaremos en nuestra empresa de intermediación comercial. Creemos que la situación que nos ofrece el espárrago en Perú es oportuna para poder lanzar nuestro proyecto empresarial en este país y alcanzar el éxito comercial.

Este escenario es el que nos ha motivado a que nuestro proyecto de exportación se dirija al sector agroalimentario y a Perú. Creemos que en estos momentos la industria esparraguera peruana se encuentra en una excelente situación que favorece el desarrollo de nuevos proyectos de mejora de instalaciones, compra de maquinaria, que a su vez beneficia la apertura comercial hacia el exterior.

1.4. Alternativas descartadas

La alternativa que hemos estudiado y descartado es la exportación de azulejos producidos por fabricantes españoles.

El azulejo es una pieza de cerámica de poco espesor generalmente cuadrada, con una cara vidriada, impermeable y brillante. Se usa generalmente como elemento asociado a

la arquitectura en revestimiento de superficies o como elemento decorativo, con un coste de producción bajo y elevado valor estético. Se fabrican a través de procesos de monococción o de bicocción, distinguiéndose diferentes tipos de azulejos (mudéjar, de técnica mayólica, alicatado, y de técnica de cuerda seca).

La industria española del azulejo es una de las más dinámicas e innovadoras, ocupando una posición de liderazgo en desarrollo tecnológico, diseño y calidad a nivel mundial. El 65% de la facturación global corresponde a exportaciones, produciéndose el resto de las ventas en el mercado doméstico; y con una tasa de cobertura superior al 2.000% constituyendo la segunda industria con mayor superávit en la Balanza Comercial. La producción de azulejos en España se concentra en la provincia de Castellón, donde se encuentran la mayoría de las 77 empresas existentes (ver <http://www.tileofspain.com/dir/0/0/3/1/0/1-15-0/Default.aspx>, donde se encuentra un listado de las mismas).

Uno de los problemas es que se han aumentado las exportaciones en detrimento de los precios, por lo que los márgenes de beneficio son más reducidos, resultando esta situación insostenible para algunas empresas. Es consecuencia de la guerra de precios de los mercados a nivel internacional. Las empresas españolas no son capaces de convencer a los clientes de que la calidad de la cerámica española merece un precio mayor que el producto chino, brasileño o mexicano, con precios más reducidos.

Por otra parte, esta mercancía presenta la facilidad de su apilamiento y transporte, evitando el problema de “transportar aire”. La única diferencia entre un tipo de azulejo y otro son sus dimensiones y peso, pero en cualquier caso es una mercancía fácilmente transportable, si bien debemos considerar que exista un porcentaje de rotura, que no debería ser muy elevado si se realiza el empaquetado adecuadamente.

Los principales países de destino para el azulejo español son:

- Gran Bretaña: es el segundo país destino dentro de Europa y el cuarto a nivel mundial. Las expediciones a Reino Unido aumentaron un 14,4% respecto al año anterior.
- Australia: muchas empresas españolas e italianas producen sus azulejos en Australia con diseño y estándares de calidad europeos, por lo que se valora la calidad del azulejo español. Este factor es muy importante en este mercado, ya que hay que competir con el azulejo chino, más barato, en diseño y calidad.

- China: gran productor, competimos con ellos en calidad y diseño. El precio del azulejo español es del doble o el triple en el mercado chino que en el mercado nacional gracias a la apreciación de su calidad.
- Estados Unidos: es uno de los mercados donde más ha crecido la exportación de azulejos españoles, que han demostrado capacidad de aceptación a este mercado posicionándose así en unos precios medios-altos. La renovación constante de hoteles y restaurantes sugiere que es un buen momento para incrementar las exportaciones a este país. El mercado busca un producto de calidad y duradero, valorándose también el diseño del producto.
- Rusia: España es el principal suministrador de la Federación Rusa, con grandes expectativas tras una aguda crisis en 2009 en el sector de la construcción en Rusia, que presenta signos de recuperación con un crecimiento de las exportaciones de azulejos del 33% en 2010. La calidad y diseños del azulejo español son muy valorados por los consumidores de este país, posicionando nuestro producto en un segmento medio-alto.
- Emiratos Árabes: España es el primer país europeo exportador de cerámica a toda la zona de Oriente Medio y Próximo. El valor de las ventas en el área de Oriente Próximo de enero a septiembre de 2013 supuso 382 millones de Euros, con un incremento del 9% y aglutinando el 22,3% de las exportaciones españolas. En estos países se asocia el producto a grandes proyectos de construcción, por lo que sería conveniente asociar el azulejo a otros productos de la construcción. Aunque el azulejo español tiene buena apreciación, no es así para otros productos de la construcción prefiriéndose los de Alemania o Gran Bretaña por una mejor calidad, promoción y servicio post-venta. De cualquier forma, este territorio es un mercado muy atractivo por la posibilidad de mantener una relación larga y estable, ya que los proyectos de construcción son numerosos y duraderos en el tiempo, debiendo tener en cuenta especialmente Qatar, Dubái y Arabia Saudí, que es el principal importador de azulejos españoles en la zona.

Conclusión:

El azulejo es un producto producido a gran escala en España con atractivas posibilidades de exportación, destacando en diseño y calidad; pero con una fuerte competencia internacional en precios, que ha obligado a reducir los márgenes de

beneficios. Con unos destinos para el producto atractivos y definidos, hemos descartado esta opción frente a la exportación de maquinaria agroindustrial porque en este segundo caso los márgenes de beneficios son más elevados, permitiéndonos obtener una mayor ganancia con una sola operación, lo cual permitiría a nuestra empresa obtener un colchón financiero para poder arrancar con otras actividades en el futuro, como podría ser la exportación de azulejos, que nos permita una relación comercial más larga y estable.

PROYECTO DE COMERCIO EXTERIOR:

**EXPORTACIÓN DE MAQUINARIA
AGROALIMENTARIA A PERÚ**



Universidad
Complutense
Madrid

2.- PLAN DE NEGOCIOS

2. PLAN DE NEGOCIOS

Uno de los puntos básicos de un proyecto es el estudio y análisis de la viabilidad y la rentabilidad del mismo, en este caso nuestra supervivencia como intermediarios y asesores.

La viabilidad del producto y su rentabilidad es por cuenta del suministrador, nuestro proveedor es una de las empresas punteras en España en la fabricación de líneas de producción tanto en el sector agrícola como conservero. Por tanto se entiende que el producto es rentable para la empresa. Nuestra función es la intermediación y entendemos que con los precios que nuestro cliente ofrece la maquinaria es competitivo en el exterior.

Por otro lado, y el más importante, analizamos la rentabilidad que nosotros, Iberican Intersupplier S.L., podemos obtener con la intermediación de los productos de nuestro proveedor. Hay que tener en cuenta que el mero éxito de una operación puede no ser suficiente para el adecuado funcionamiento de nuestra empresa, ya que tenemos como objetivo la supervivencia a largo plazo. Nuestra empresa tiene la intención de no limitarse a este producto ni tampoco a un solo país. Como se explica más adelante, consideramos que todos los recursos de los que disponemos son más que suficientes para realizar esta operación intermediación en la compra-venta de la línea de embotado de espárragos.

2.1. Volumen de ingresos necesarios

Gastos detallados que va a tener la empresa y el correspondiente beneficio esperado que deseamos obtener.

- Alquiler de una oficina

Para realizar las actividades de nuestra empresa es necesario el alquiler de un local que actúe como sede social de la empresa y lugar de trabajo. Las cantidades son las siguientes:

12 meses x 550€ mes, hacen un total de 6.600€

- Mobiliario

Es necesario un mobiliario también. El mobiliario será amortizado en 5 años y

por tanto repercutimos así el gasto:

1500€ amortizados en 5 años, 300€ anuales

- Servicios y suministros

Los gastos varios como son el suministro de luz, teléfono, internet, etc. Los valoramos en:

150€ x 12 meses, suponen un total de 1.800€

- Viajes

Consideramos que los viajes son muy importantes para nuestro negocio y como mínimo para esta operación deberíamos hacer dos viajes que valoramos así:

2 viajes x 2000€ por viaje son 4.000€

- Salarios

Tenemos la intención de dedicarnos profesionalmente a esta iniciativa empresarial, por tanto los ingresos obtenidos por esta vía deben constituir la parte principal de nuestra renta personal. Como acabamos de comenzar no esperamos un salario alto y es más consideramos que para esta operación solo debería computarse el salario de dos de nosotros y los otros dos dedicarse a otras operaciones, en el proyecto somos cuatro para una operación pero en la realidad esto sería impropio de una empresa que busca sobrevivir y por tanto solo atribuimos a la operación dos salarios que serían:

1.500€ brutos contando con la SS de la empresa, 14 pagas para dos personas supondrían 42.000€.

Desglose: salario bruto trabajador mensual 1213.59€ y la SS a cargo de la empresa 23,6%, 286,41€.

El total de los ingresos necesarios para cubrir los gastos asciende a 54.700€ anuales, además nuestro objetivo es obtener un 15% de beneficio sobre los gastos y esta cantidad ascendería a:

$$54.7000 \times 15\% = 8.205\text{€}$$

Por tanto los ingresos que necesitamos obtener ascendería a:

$$54.700 + 8.205 = 62.905\text{€}$$

2.2. Cantidad de operaciones necesarias

a) Ingreso por operación

Nosotros cobramos un 5% del total de la operación en concepto de comisión por la intermediación con el cliente. Nuestra intención es también dar un asesoramiento sobre la logística, financiación y medios de pago pero nuestro cliente la ha rechazado ya que ha realizado múltiples operaciones de este tipo y estos temas los gestiona el mismo. Por tanto la cuantía exacta corresponde a:

Valor de la mercancía en condicione CIP Callao (Perú): 970.126,46 euros (ver Escandallo capítulo 9).

Importe comisión 5% = 48.506,32 €

Explicación Anexo XXVII, página 44.

b) Número de operaciones necesarias

Aquí calculamos el número mínimo de operaciones de mismo volumen que debemos realizar con el fin de cubrir nuestros gastos y además obtener el beneficio esperado anual de la sociedad. Tomando como suposición que las demás operaciones serían de igual cuantía y los gastos no varían de los previstos.

$$62.905€ / 48.506,32€ = 1,30 \text{ veces}$$

Por tanto necesitamos realizar un total de 2 operaciones a lo largo del año para compensar nuestros gastos y beneficio esperado.

GASTOS		
LOCAL	550€ X 12 MESES	6.600,00 €
MOBILIARIO	1500, AMORT 5 AÑOS	300,00 €
SERVICIOS	150€ X 12 MESES	1.800,00 €
VIAJES	2 X 2000€	4.000,00 €
SALARIOS	1500€ X 14 PAGAS X 2 PERSONAS	42.000,00 €
TOTAL DE LOS GASTOS		54.700,00 €
BENEFICIO 15% DE LOS GASTOS		8.205,00 €
TOTAL		62.905,00€

PRECIO FINAL CIP CALLAO PERÚ	970.126,46 €
COMISIÓN 5%	48.506,32€

OPERACIONES NECESARIAS	1,30
-------------------------------	-------------

2.3. Análisis y conclusión

La adquisición de un proyecto de llave en mano debe ser muy estudiada por el comprador por muchos motivos, requiere un gran desembolso, cambio de producto, de espárrago fresco a espárrago embotado, y por tanto de clientes aunque ahora tendrá la posibilidad de abarcar los dos frentes. La adquisición de nuestro producto requiere de tiempo y estudio pero entendemos que es una gran inversión para crecer dotando de más valor añadido a su producción.

Siendo 2 el número de operaciones que tendrían que hacerse a lo largo de un año para que la empresa salga adelante vemos muy factible embarcarnos en este proyecto. Además nuestro proveedor, del que somos representante en Perú, también posee líneas de producción para muchos más productos y esto supone que se nos abran más puerta en el mercado agroalimentario peruano.

PROYECTO DE COMERCIO EXTERIOR:

**EXPORTACIÓN DE MAQUINARIA
AGROALIMENTARIA A PERÚ**



Universidad
Complutense
Madrid

3.- EMPRESA

3. EMPRESA

3.1. Nombre, Logo y Web.

La decisión de elegir un nombre para la empresa es complicada, ante nuestro proyecto decidimos que el nombre de nuestra empresa debía huir de acrónimos impronunciables, debía ser un nombre que nos permitiría realizar actividades diferentes en un futuro, fácil de recordar y que mostrara una pequeña seña de identidad sobre nosotros.

El nombre elegido para nuestro proyecto de exportación maquinaria agroalimentaria a Perú, y otras que en el futuro `puedan surgir, es **Iberican Intersupplier, S.L.** En las próximas líneas exponemos una pequeña justificación sobre la elección de este nombre y no otro para la empresa. El registro del nombre se puede ver en el Anexo XVII página 45.

La razón de elegir este nombre reside en que este nombre muestra a rasgos generales nuestra actividad y la localización de nuestra empresa. A través de la palabra Iberican, podemos deducir que es una empresa situada en la península ibérica. La palabra Iberican, no existe en ningún diccionario, sino que ha sido una licencia que nos hemos permitido al realizar la elección del nombre. Esta palabra nos permite diferenciarnos de otras empresas que utilizan derivados de la palabra iberia más conocidos, y conseguir un excelente posicionamiento en los medios digitales al no existir ninguna empresa más con este nombre. La palabra Intersupplier indica que nos dedicamos a la intermediación intencional de productos, haciendo referencia la actividad principal de nuestra empresa, la intermediación comercial. En resumen, la denominación elegida para nuestra empresa nos ofrece un nombre profesional, internacional y original.

El dominio web seleccionado para nuestra página web es www.iberican.es. Como podemos observar, para el dominio solamente hemos seleccionado la primera parte de nuestra denominación social. La razón es que resultará más fácil de recordar y de transcribir para acceder a nuestro sitio web. Tal y como se indicó anteriormente, la palabra Iberican es una licencia que adoptamos al elegir nuestra denominación. En el mundo virtual esta palabra nos aporta numerosas ventajas como un mejor posicionamiento y facilidad de visualización en los resultados de buscadores web al no existir ninguna otra referencia más con esta palabra. La razón de no haber elegido el nombre completo fue que consideramos que sería un dominio muy largo y podría ocasionar errores ortográficos al transcribir el dominio web, que dificultaran nuestra

búsqueda en la red ocasionándonos un perjuicio en nuestra futura estrategia de marketing digital.

El logo elegido para representar a nuestra empresa es el siguiente:



El logo está formado por dos flechas entrecruzadas en sí formando una esfera. Las flechas nos muestran los flujos del comercio mundial que se realizan alrededor del mundo, el logo indica claramente un guiño a nuestra actividad de intermediación comercial. Para el logo hemos elegido dos colores, uno para cada flecha, verde y amarillo ocre, que hacen referencia al mundo agrario, lugar hacia donde se dirige el producto en el que se basa nuestro proyecto. Creemos que el logo debe reflejar el espíritu de la empresa, y mostrar una imagen de seriedad, cualidades que nuestro logo cumple a la perfección.

3.2. Tipo de sociedad: Alternativas y elección final justificada.

Derivado del análisis de las sociedades mercantiles a fines a poder emprender un negocio encaminado al asesoramiento para el Comercio Exterior, las principales opciones se centraron en dos.

La Sociedad Anónima y la Sociedad Limitada.

La primera posee en varios sentidos casi la misma estructura y funcionamiento, sin embargo los pequeños detalles son los que terminaron por hacer inviable dicha conformación. Estas son algunas de las razones que nos hicieron decantarnos;

- Las aportaciones de los socios además de honorarios pueden serlo en especie, sin embargo precisan de informe pericial.
- El capital social mínimo será de 60.000€.
- Los títulos se refieren en acciones con valor nominal o por diferentes privilegios.

- Su responsabilidad es limitativa en cuanto a que sus accionistas no responden con su patrimonio personal de las deudas de la sociedad, sino únicamente hasta el monto del capital aportado.

Al contrario, en cuanto a la sociedad limitada, podemos mencionar los siguientes aspectos;

- Las aportaciones de los socios además de ser en dinero, también puede ser en Bienes y/o Derechos que tengan contenido económico o patrimonial, es decir, inmuebles, propiedad intelectual o industrial. Lo que facilita la aportación de socios en especie que puedan resultar un activo importante para la empresa.
- El capital mínimo para la sociedad de responsabilidad limitada es menor que la de la anónima, pues es de 3.000€, capital que estará dividido en participaciones sociales (sin acciones) desembolsadas al momento de su constitución.

Por lo mencionado anteriormente y considerando las características de una nueva empresa en las circunstancias que nos ocupa, la mejor opción ha sido de constituirnos como una Sociedad Limitada.

3.3. Actividad: Intermediación

De las diferentes actividades por las que podíamos haber tomado parte en una operación de comercio internacional, finalmente hemos decidido decantarnos por la intermediación por una serie de motivos que detallaremos a continuación.

La primera pregunta que una sociedad debe hacerse antes de crear un negocio es si estamos capacitados o no para llevar a cabo la operación. En nuestro caso, en cuanto a este aspecto se refiere, nuestra sociedad se adecua a dicha labor de intermediación, encajando perfectamente con nuestras virtudes y limitaciones. En cuanto a nuestras limitaciones, vienen marcadas por dos áreas. Primero, al ser una pequeña sociedad, tenemos una gran limitación financiera, la cual nos impide desembolsar grandes cantidades iniciales en cualquier actividad, e incluso nos impide hacernos con la propiedad de la mercancía en una posible compra y posterior venta. También hace imposible generar desde nuestros propios recursos financieros, campañas de promoción del bien o servicio escogido para la comercialización. Por ello, nuestras limitaciones nos responden claramente hacia una intermediación de comercio internacional entre

importador y exportador en el que, salvo por instrumentos financieros que explicaremos posteriormente, no adquiriríamos la mercancía en propiedad en ningún momento.

Por otro lado, nuestras virtudes hacen que en dicha actividad encajemos perfectamente y que estemos capacitados para ofrecer un valor añadido considerable en multitud de operaciones. Dichas virtudes son encabezadas por nuestro supuesto amplio conocimiento del comercio internacional en todas sus fases. Es decir, tenemos la capacidad de asesorar a un importador o exportador en toda la cadena que deberá seguir para la exportación o importación de su bien o servicio. En este sentido tenemos conocimientos en logística, fiscalidad, financiación, análisis de mercados internacionales y demás áreas que componen particularidades del comercio internacional. Como otras virtudes muy válidas a la hora de ofrecer servicios de intermediación, están nuestro conocimiento en los principales idiomas a nivel mundial tales como el español, el inglés y el italiano, lo cual supone la solución a un problema que sufren multitud de pequeños y medianos importadores y exportadores de todo el mundo a la hora de relacionarse con los actores de otros mercados internacionales. Con estos alicientes, somos una sociedad capaz de intermediar en multitud de operaciones de comercio internacional, como se puede comprobar en los estatutos constitutivos de nuestra sociedad (Anexo I, página 2, Artículo 2) en los que abarcamos todo tipo de operaciones, convirtiéndonos en una empresa muy versátil.

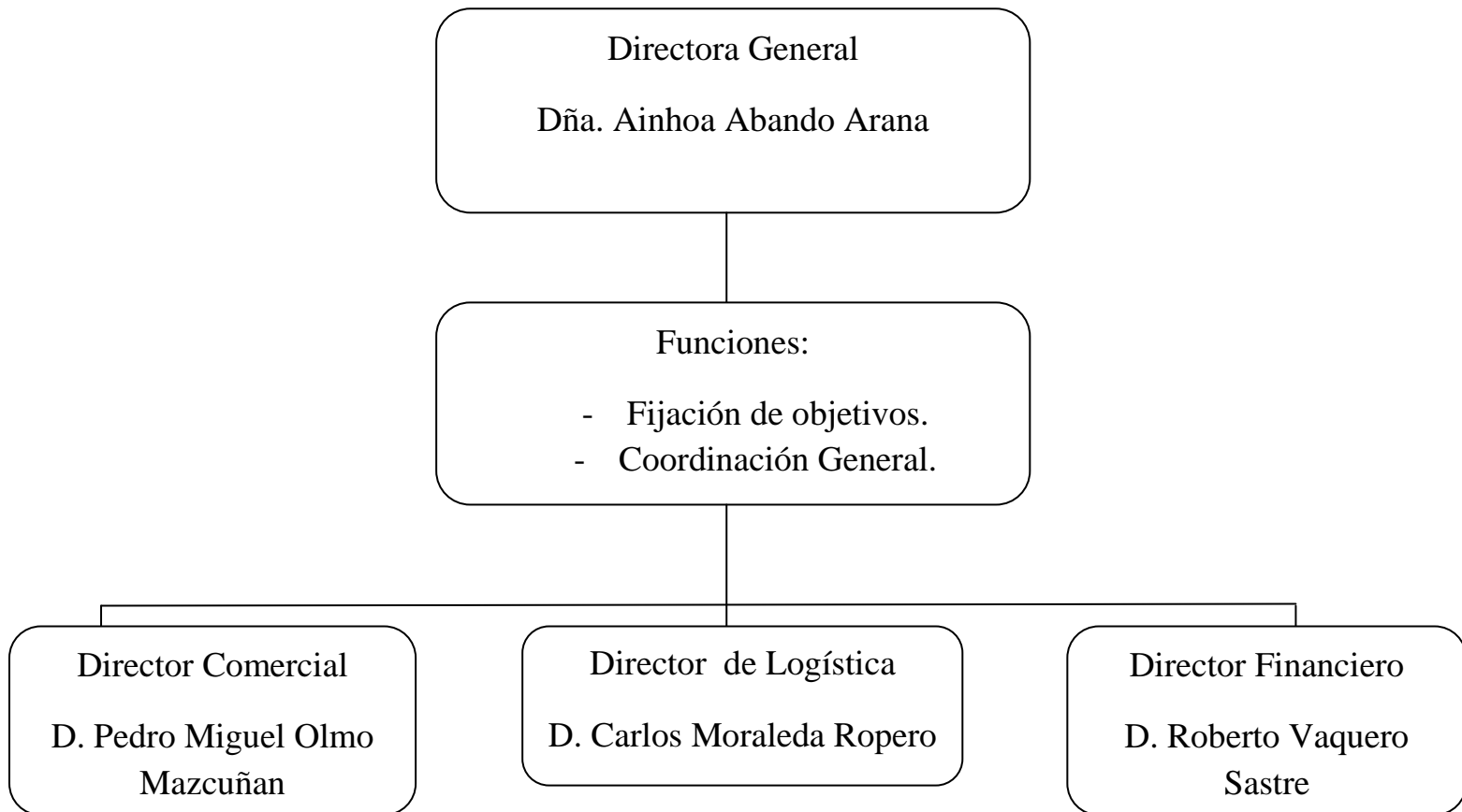
Para la operación concreta que nos ocupa, nuestra labor será la siguiente: Nuestro cliente en este caso será el exportador, al que ofreceremos un doble servicio. Por un lado realizaremos la función de intermediario, encontrando compradores del producto en un mercado diferente como es el peruano. Una vez conseguido este objetivo, actuaremos en nombre propio del exportador en la negociación con el potencial importador del producto, añadiendo nuestra comisión como un coste más en la operación.

Una vez llegados al acuerdo de compra venta, realizaremos la segunda labor para el exportador, consistente en el asesoramiento y ejecución de todas las operaciones necesarias para poner el producto en el lugar y en las condiciones pactadas con el importador en el contrato de compra venta. Esto incluye el despacho de la mercancía en el puerto de origen con todos los certificados y documentos necesarios, así como el seguro y flete internacional hasta el puerto de destino, lugar en el que termina la

responsabilidad de nuestro cliente, dadas las condiciones de venta con incoterm CIP Callao (Perú) puerto de destino.

Todo esto puede verse reflejado en el Anexo I, página 2.

3.4. Organigrama



Nota: Al ser un proyecto de ámbito académico además de empresarial, hemos asignado dos coordinadores de equipo para la elaboración del proyecto, que serían Dña. Ainhoa Abando Arana y D. Roberto Vaquero Sastre.

En el Anexo II, página 10 se pueden ver nuestras tarjetas de visita.

3.5. Forma de trabajo: académica y empresarial.

Como podemos ver reflejado en el organigrama, nos hemos estructurado como si de una empresa real se tratara. El reparto funcional del mismo, ha sido realizado, teniendo en cuenta las habilidades y formación de los integrantes. Esta organización profesional, ha sido utilizada y respetada para el reparto de las tareas a realizar para la consecución del proyecto, aunque con las limitaciones y ventajas que otorga el que el proyecto real sea básicamente académico.

Como hemos comentado, el reparto de funciones descrito en el organigrama ha sido respetado en la realización de proyecto. Sin embargo, a diferencia de las empresas reales, cada uno de nosotros ha conocido y participado en cada una de las áreas de la operación, buscando el objetivo principal del proyecto que es el aprendizaje. Esto ha sido llevado a cabo a través de reuniones periódicas de los integrantes del grupo, en las que cada uno exponía su parte, buscando apoyo, colaboración y confirmación en el resto de integrantes, a través del debate. Si bien el encargado de la realización de cada parte era el integrante más capacitado para elaborarla, todos hemos querido aportar nuestra visión e involucrarnos en el aprendizaje de todas las áreas. El resultado es el exhaustivo conocimiento del proyecto final por parte de cada uno de nosotros.

Esta estrecha colaboración ha favorecido el trabajo en equipo. Las decisiones de peso eran siempre consensuadas, y al ser cuatro integrantes del grupo, en algunas ocasiones nos hemos visto como es lógico y ocurre en todos los grupos con discrepancia de opiniones, restando agilidad a la toma de decisiones y por lo tanto a la elaboración del proyecto.

En conclusión, dada la vertiente académica del proyecto, su elaboración ha sido muy enriquecedora a nivel de adquisición de conocimientos, del mismo modo que esa vertiente académica, ha restado eficacia al proyecto en su vertiente empresarial.

Por último, este es un proyecto empresarialmente realizable con menos personal que el empleado para su versión académica. Es decir, si bien hemos realizado entre cuatro personas un completo estudio académico de todas las áreas, todos coincidimos en valorar que su posterior ejecución práctica sería perfectamente llevada a cabo con dos personas, ya que en la realidad en ninguna empresa cuatro personas se dedicarían exclusivamente a un solo producto. Esto afectaría muy directamente a su viabilidad económica, ya que reduciríamos el coste salarial a la mitad, haciendo mucho más asequible el punto muerto de rentabilidad de la sociedad.

PROYECTO DE COMERCIO EXTERIOR:

**EXPORTACIÓN DE MAQUINARIA
AGROALIMENTARIA A PERÚ**



Universidad
Complutense
Madrid

4.- PRODUCTO

4. PRODUCTO

4.1. Producto

El producto en el que se basa nuestro proyecto, es una venta bajo el sistema de intermediación comercial de maquinaria agroalimentaria, concretamente de maquinaria para el envasado del espárrago.

La búsqueda del proveedor en primer lugar se efectuó en los países del entorno europeo líderes en desarrollo de maquinaria agroalimentaria, Holanda, Italia y Alemania. Establecimos un contacto más próximo (continúo) con dos empresas de referencia en la fabricación de maquinaria, como son Sgorbati Group (Italia) y Sweere (Holanda) que en principio cumplían con nuestro requisito, las líneas completas para la conserva de espárragos (Anexo III, página 11). Pero posteriormente pudimos comprobar que ninguna de las dos empresas podría llegar a alcanzar nuestro objetivo, conseguir un proveedor que nos facilitara la línea completa hasta ofrecernos el producto completamente terminado.

Ante esta situación decidimos ampliar el radio de búsqueda del proveedor de nuestro producto a nivel mundial, y tras analizar los diferentes proveedores en igualdad de condiciones. Nuestra selección final concluyó con un proveedor chino, uno americano (Anexo IV, página 15) y otro español, donde elegimos el español debido a que la proximidad geográfica que nos proporcionaría la ventaja de poder realizar visitas físicas a la fábrica de la maquinaria y poder coordinar el envío con mayor facilidad que si fuera un proveedor internacional.

El producto es suministrado por la empresa EZMA, S.A. de Lodosa, Navarra (www.ezma.es). Desde hace más de treinta años, diseña, fabrica, e instala todo tipo de líneas para la conserva de productos frescos. Esta empresa nos ofrece maquinaria de calidad con alta tecnología, cumplen todas las normas de homologación europeas “certificado CE” así como también las del país de destino, “Normas Técnicas Peruanas del Espárrago” desarrolladas por el Comité Técnico de normalización del esparrago.

Tras estudiar numerosos informes sobre el mercado de maquinaria agroalimentaria en Perú, hemos obtenido la conclusión de que existen tres factores determinantes que los clientes buscan en un proveedor de maquinaria:

- a) Calidad de la maquinaria.

- b) Garantía y servicio.
- c) Rapidez para enviar repuestos.

El motivo de elegir esta empresa está fundamentado en que tras analizar el mercado internacional de empresas fabricantes de maquinaria agroalimentaria, las empresas con mayor grado de desarrollo tecnológico se encontraban en España. Podemos afirmar, que nuestro proveedor cumple los requisitos necesarios que nos permitirán alcanzar el éxito en nuestras exportaciones.

4.1.1. Descripción

Tras establecer contacto comercial con nuestro cliente en Perú, analizar sus necesidades y mostrarle nuestra oferta disponible. Nuestro cliente nos solicitó una línea de espárragos que alcanzara una producción de 2500 kg/hora. Posteriormente contactamos con nuestro proveedor para indicarle las necesidades y poder desarrollar línea.

Nuestra exportación se basará en una línea de espárrago para 2500/3000 Kg/hora. Esta línea para conseguir el producto final que es el bote de cristal con los espárragos embasados en conserva, consta de los siguientes elementos necesarios que garantizan un funcionamiento continuo del proceso:

A- PELADO Y ENFRIADO DEL ESPARRAGO

A.1 2 CINTAS DE PELADO Y CORTE

A.2 2 ESCALDADORES DE VAPOR

A.3 2 ENFRIADORES POR INUNDACIÓN

A.4 1 CUADRO ELÉCTRICO GENERAL

B- CALIBRADO Y EMBOTADO

B1 2 BALSAS ELEVADORAS

B2 2 CALIBRADORES DE ESPÁRRAGO

B3 4 CINTAS DE EMBOTADO

B4 4 MESAS DE PELADO

B5 1 CUADRO ELÉCTRICO GENERAL

C- DOSIFICADO Y CIERRE

C1 1 TRANSPORTADOR CHARNELA

C2 1 DOSIFICADOR LÍQUIDO GOBIERNO

C3 1 CERRADORA FIESTA – 2º USO

C4 1 CERRADORA ½ KG – 2º USO

C5 1 CERRADORA 1 Kg – 2º USO

C6 1 CERRADORA TWIST OFF - 2º USO

C7 1 CUADRO ELÉCTRICO GENERAL

D- LINEA DE TALLOS

D1 1 CINTA ELEVADORA RECOGIDA DE TALLOS

D2 1 CALIBRADOR DE TALLOS

D3 3 ESCALDADORES

D4 2 CINTAS DE EMBOTADO

D5 2 DOSIFICADORES DE LÍQUIDO GOBIERNO

D6 1 CERRADORA Ø 75 – 2º USO

D7 1 CERRADORA Ø 155 – 2º USO

D8 1 CUADRO ELECTRICO GENERAL

E- PREPARACIÓN LÍQUIDO DE GOBIERNO

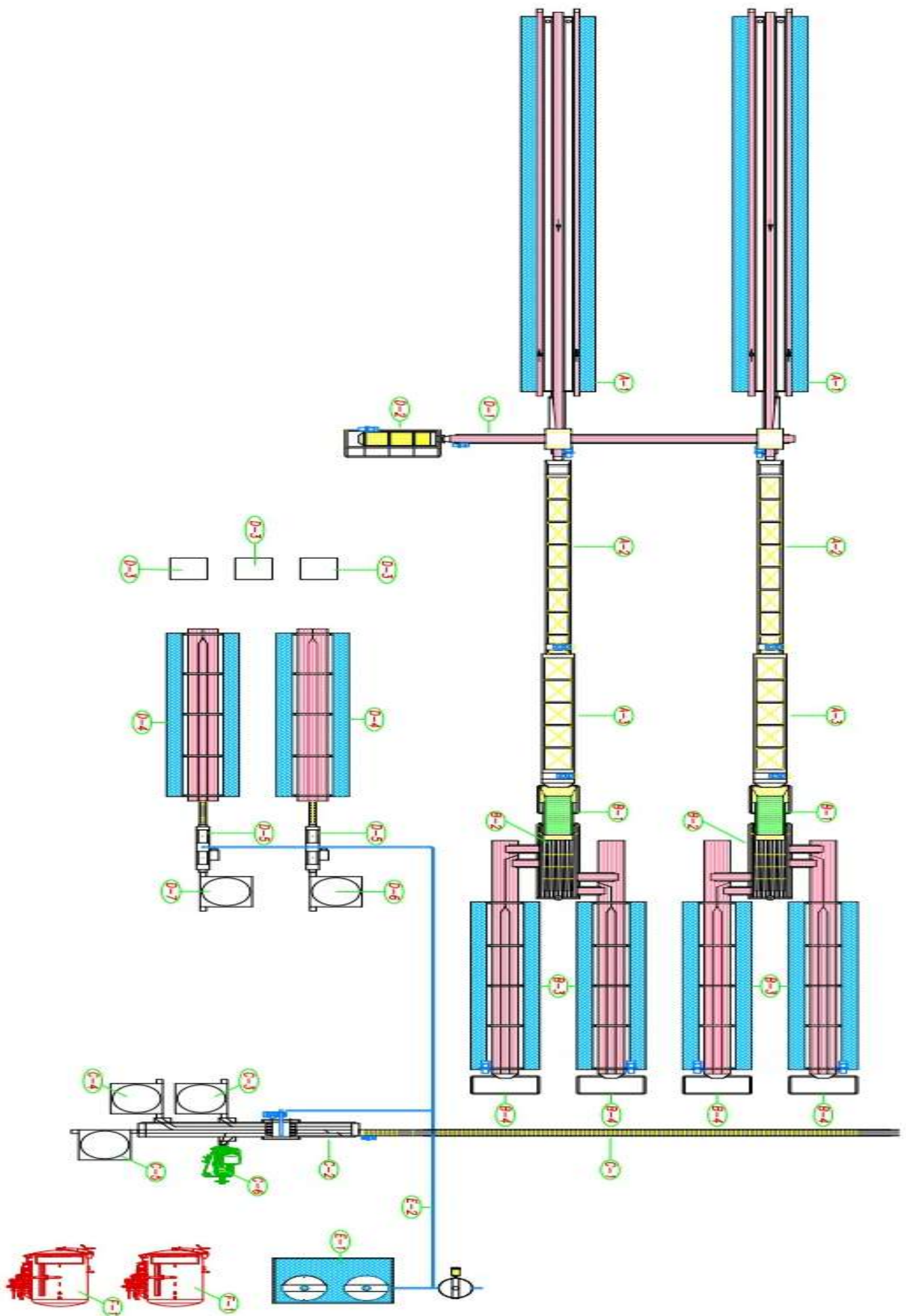
E1 GRUPO DE PREPARACIÓN

E2 INSTALACIÓN TUBERÍA

E3 CUADRO ELECTRICO GENERAL

F- TRATAMIENTO TÉRMICO – ESTERILIZACIÓN

F1 2 AUTOCLAVES EZMA MOD AHE 2J/1P – PTC



En el plano de la imagen anterior podemos observar cómo se desarrolla la línea de espárragos que nuestro cliente nos ha solicitado. A través del código escrito en cada dibujo del plano de la línea podemos conocer de qué elemento se trata. La producción se estima en unos 2500/3000 Kg/hora, esta puede ser variable para adaptarse a posibles picos de demanda que requieran de una mayor producción. En las siguientes imágenes se pueden observar elementos de esta línea de conserva para espárrago.



Autoclave vertical



Cinta transportadora elevadora



Escaldador con vapor



Llenadora de tarros

Para el funcionamiento correcto de la línea, la empresa peruana deberá contratar a diez trabajadores, que presten apoyo a la producción de la línea. Como podemos observar en el plano, la línea no es completamente automática pues el pelado de los espárragos se realiza de forma manual. La razón de este cambio reside en que nuestro cliente nos solicitó que la línea fuera de esta manera. En Perú el coste salarial es inferior al coste de compra de esta máquina y su mantenimiento. Es económicamente más beneficioso para nuestro cliente comprar la línea de conserva sin la máquina de pelado de espárrago.

La línea de espárragos se fabrica completamente en la fábrica de la empresa EZMA, S.A. en Lodosa (Navarra). Esta empresa se encarga de la búsqueda e instalación de los elementos que no fabrican, como pueden ser partes genéricas de las máquinas o eléctricas, para poder ofrecernos la línea completamente finalizada y en funcionamiento.

4.1.2. Instalación

La instalación de la línea de conserva para espárrago se realizará por empleados de la empresa EZMA, S.A. junto a empleados locales que prestarán su ayuda para la instalación del proyecto. Los costes de instalación están incluidos dentro del precio de la maquinaria. La duración de la misma se alargará durante dos semanas. Dentro del contrato de compra-venta incluye una cláusula por la que la empresa suministradora debe hacerse cargo de la puesta en completo funcionamiento y proporcionar garantía por dos años. Igualmente, se puede contratar una visita anual o bianual por parte de técnicos de EZMA, S.A. para realizar los ajustes que fueran necesarios para la línea. La empresa presta servicio post-venta, reparación de averías y recambios de todas las máquinas que fabrican, que como mencionamos anteriormente son cualidades que buscan los clientes peruanos cuando realizan una compra de maquinaria agroalimentaria.

En el Anexo V, página 19 se puede ver una línea de enlatado de espárrago en Brasil.

Plan de Marketing.

La realización del plan de Marketing constituye una parte completamente académica, ya que en la práctica correspondería al exportador realizarlo, con la colaboración del distribuidor local. Sin embargo, representa un aspecto importante para el objetivo comercial del producto, por lo que dado el conocimiento adquirido de la materia durante el presente curso, hemos decidido realizar dicho plan. Este será estructurado desde lo general a lo particular, partiendo desde un análisis DAFO, para terminar con las acciones promocionales a realizar.

4.1.3. Investigación de mercado

Al ser Perú uno de los mayores países exportadores de espárragos en cuanto a la maquinaria que nosotros vendemos, se nos abren numerosas posibilidades aunque también numerosos retos.

Ventajas

La industria del espárrago en Perú está buscando maneras de defender su lugar en el mercado internacional y poder competir con otros países productores como China. La reducción de costos es la única manera con la que las empresas serán capaces de seguir vendiendo sus espárragos de forma rentable.

Para ello, la idea de la maquinaria sería esencial en este caso para reducir costos y poder competir en el mercado internacional de forma rentable. Además, en Europa, la mayoría de las empresas trabajan con estas máquinas y cosechan solamente 60 días por año, el resto del año las maquinas están paradas, pero como en Perú la producción del espárrago es todo el año, estas máquinas se pueden utilizar todos los días del año y los costos por kilo cosechado o espárragos procesados irán disminuyendo, llegando incluso hasta costos inferiores a la cosecha y clasificación manual.

Retos

En la mayoría de otras industrias peruanas, la maquinaria ya está implementada para reducir costos y reducir la fuerza de trabajo, pero esto no es el caso en la industria del espárrago ya que la mayoría del trabajo se sigue haciendo a mano por las ideas conservadoras que ellos siguen teniendo sobre los métodos de trabajo. Por ello en algún caso nos podría costar convencer a alguien del hecho de que utilizar las maquinas reduciría costes y aumentaría beneficios.

4.1.4. Objetivos

Dado que nuestro producto está destinado a empresas muy definidas, nuestro principal objetivo es identificar a los posibles clientes de nuestro producto y llegar a ellos de forma directa, aunque también darnos a conocer a través de anuncios publicitarios en prensa especializada en el sector para que ellos mismos puedan identificarnos y ponerse en contacto con nosotros, así como ferias y eventos.

El proceso de producción de los espárragos en Perú es un proceso muy manual en la actualidad, intensivo en una mano de obra poco cualificada y con baja remuneración; por lo que constituye un objetivo en sí mismo no sólo identificar a nuestro cliente, sino también hacerle ver cómo obtener rentabilidad a través de esta inversión, que presenta un elevado coste.

De la misma manera, podemos situar en último lugar otro objetivo, que sería el de darnos a conocer en el sector, ya que la maquinaria agroindustrial se puede adaptar a los procesos de otros productos, teniendo elementos similares (como puede ser la cinta transportadora, el proceso de lavado o el de envasado) y otros específicos para cada tipo de producto (por ejemplo el escaldado en el caso de los espárragos). De esta forma, la misma maquinaria puede utilizarse en otros productos realizando unos pequeños

cambios cuando los productos son de temporada, o se puede vender una línea diferente para casos como este, en el que el espárrago se produce durante todo el año.

4.1.5. Estrategia general

Nuestra estrategia respecto a este producto en concreto consistirá en identificar a los posibles clientes de forma proactiva y directa, de manera que conozcamos sus necesidades. De esta manera, podremos ofrecerles un producto adecuado para aumentar su productividad y por lo tanto su margen de beneficios, ya que nuestros productos se construyen a partir de las demandas del cliente en cuanto a kilos de producción por hora. Se trata por lo tanto de conocer cómo quieren el producto y posteriormente comunicárselo a nuestro proveedor para que inicie la producción de la línea de producto.

Por lo tanto, es necesario establecer unos patrones en la búsqueda de nuestro cliente. En primer lugar, debe ser una empresa productora de espárragos con capacidad financiera suficiente para soportar el gasto derivado de la adquisición de la línea de producto, ya que se trata de un producto con un coste muy elevado. Sin embargo, constituye una inversión para la empresa que lo compre, ya que le añade un gran valor añadido a su producto, especialmente si se realiza el envasado del espárrago, que posibilitará que los productores puedan transportar un producto terminado apto para el consumidor final, sin necesidad de se realice esta parte del proceso en otra empresa. Este producto es especialmente relevante en casos como los productores de espárragos en Perú, cuya producción no depende de temporadas sino que se desarrolla a lo largo de todo el año, pudiendo utilizarse la maquinaria durante todo el año, en lugar de estar parada. Por este motivo resulta una inversión atractiva para los productores.

Otra opción adoptada es la de ponernos en contacto con un distribuidor residente en Perú. Sus conocimientos del mercado peruano nos ofrece una mayor posibilidad de obtener clientes a los que venderles nuestro producto, y una buena opción a la hora de negociar con ellos al conocer mejor su cultura y costumbres.

También sería conveniente realizar algún tipo de campaña publicitaria, como anunciarnos en revistas especializadas o en páginas web en Internet o grupos de productores agrarios y de maquinaria agroindustrial, así como en eventos y ferias; de

modo que el propio cliente pueda identificarnos y ponerse así en contacto con nosotros para que le informemos de los precios de nuestro producto y de cómo podría esta inversión mejorar su modelo de negocio.

Dada la naturaleza de nuestro producto, hay que ofrecer también un servicio post-venta de calidad, ofreciendo repuestos en el caso de que sean necesarios, así como mantenimiento. En este aspecto será también necesario realizar una instrucción de los operarios de la maquinaria, de manera que sean capaces de resolver problemas y realizar el mantenimiento regular de la línea de proceso.

Siendo Perú el principal exportador de espárragos, es posible realizar varias ventas a diferentes empresas productoras, siendo necesario enfocar cada operación por separado y sabiendo adaptar la línea de producción a las necesidades de cada cliente.

Del mismo modo, es posible más adelante vender líneas de producción para distintos productos agrarios, que aunque puedan presentar similitudes en sus procesos, presentan necesidades diferentes. La fabricación de la maquinaria se hace por encargo, por lo que es necesario conocer el proceso de cada producto agrícola y las necesidades que tiene.

4.1.5. Audiencia y plan de actuación.

A continuación se mencionan una serie de instrumentos de promoción que pueden resultar efectivos y que son bastante frecuentes entre los minoristas establecidos en el país:

Eventos PULL

Se trata de organizar o patrocinar eventos y actividades a los que frecuentan nuestros posibles clientes potenciales para dar a conocer nuestro producto y posicionarlo dentro del mercado. En este sentido la cobertura por los medios de estos eventos también aumenta la notoriedad de nuestro producto en forma de relaciones públicas.

- La asistencia a ferias (*Expoalimentaria 2014*): La feria internacional de alimentos, bebidas, maquinaria y equipos, insumos, envases y embalajes, servicios, restaurantes y gastronomía más grande de la región. Se trata de un evento anual que reúne a profesionales de diversos sectores del mundo agroalimentario.

En la feria se congrega a más de 30,000 visitantes profesionales, entre productores, fabricantes de alimentos, importadores, exportadores, proveedores

de servicios y maquinaria para la industria alimentaria. Asimismo, más de 600 empresas exhiben sus productos y lo último en tecnología. Expoalimentaria se consolida como la principal plataforma de negocios del sector, siendo ésta una excelente oportunidad para establecer negocios con el mundo.

- La asistencia a ferias (*Alimentek 2014*): Exposición de tecnología para la industria alimentaria que se celebra simultáneamente con la feria Envase Perú Lima.

Promociones en revistas especializadas

- Las inserciones en revistas especializadas en la agroalimentación y internet como herramienta importante para la promoción de nuestra maquinaria.

4.1.5. Distribución

El contacto entre fabricante y productor local se suele producir en las ferias, a través de servicios de identificación de socios comerciales (en este caso, de clientes finales), o en misiones comerciales. La entrada en el mercado suele ser algo más lenta y costosa de lo habitual, por no existir grandes distribuidores de esta maquinaria en el país y tener que contactar una por una con las grandes empresas productoras.

En nuestro caso, la distribución del producto será a diferentes empresas dedicadas al cultivo de espárragos que tengan el objetivo de minimizar sus costos y aumentar sus beneficios para crecer como empresa. Por lo tanto a través, de un contacto local intentaremos llegar al máximo de clientes que estén interesados en cambiar su método de cultivar los espárragos, dejando atrás el método manual y evolucionando a través de un método más tecnológico.

4.2. DAFO

Fortalezas:

- Línea de producción de alta ingeniería de gran calidad.
- Diseño a medida para las necesidades del cliente.
- Marca con mucha experiencia y de éxito internacional.
- Dota de valor añadido a la producción de espárragos.

Debilidades:

- Producto de valor muy elevado.
- Escaso conocimiento en bienes de equipo por los trabajadores locales.
- Algunas máquinas de la línea solo sirven para el espárrago.
- Requiere de cierta infraestructura y potencia eléctrica para su funcionamiento.

Oportunidades:

- La producción de espárragos en Perú es continua, no es estacional.
- Sector agroalimentario con muchas posibilidades de crecimiento.
- La economía peruana se encuentra en fase expansiva.

Amenazas:

- Riesgo de impago al ser un país en vías de desarrollo.
- Mercado con pocos recursos económicos.
- Competencia directa con compañías fuertes que ya están en el mercado.

PROYECTO DE COMERCIO EXTERIOR:

**EXPORTACIÓN DE MAQUINARIA
AGROALIMENTARIA A PERÚ**



Universidad
Complutense
Madrid

5.- PAÍSES

5. PAÍSES

5.1. Análisis Perú.

Perú está situado en la costa Oeste de Sudamérica, limitando al Norte con Ecuador y Colombia, al este con Brasil, con Bolivia por el Sureste, con Chile por el Sur y al Oeste con el Océano Pacífico. Tiene una superficie de 1.285.220 km², con tres grandes áreas bien diferenciadas por la geografía y las condiciones climatológicas de la zona. Tan solo un 6% (7,6 millones de hectáreas) de la tierra es apta para cultivos agrícolas transitorios y permanentes.

5.1.1 Población.

La población peruana en 2012 alcanzaba los 29.549.517 habitantes, con una tasa de crecimiento del 1,016% anual. La esperanza de vida alcanza los 72,73 años de edad.

5.1.2 Idioma y religión.

El idioma oficial es el español, hablándose también quechua, aymara y otros. La religión predominante es la católica, con un 81,3% de la población seguida de la evangélica (12,5%).

5.1.3 Moneda y tipo de cambio.

La moneda oficial es el Nuevo Sol, cuyo tipo de cambio actual con el dólar americano es 1 USD = 2,77941 PEN; y con el euro es 1 € = 3,8582 PEN. El Estado garantiza la libre tenencia, uso y disposición externa e interna de la moneda extranjera por personas naturales o jurídicas residentes en el Perú, garantizando la libre convertibilidad de la moneda nacional a un tipo de cambio único.

Ver Anexo VI, página 20, Cuadro 1

5.1.4 Organización política.

La actual Constitución (1993) establece un régimen republicano, democrático y social, dotado de un gobierno unitario, representativo y descentralizado. El Presidente es elegido por sufragio universal, por un período de cinco años y no hay posibilidad de reelección en la siguiente convocatoria. Desde el 28 de julio del año 2011 ejerce el cargo Ollanta Humala.

El Poder Legislativo reside en el Congreso, el cual consta de Cámara Única. El Congreso se elige por un período de cinco años. El Sistema Judicial está compuesto

por la Corte Nacional Judicial, integrada por el Ministro de Justicia y 17 magistrados. El Ministerio Público es un ente autónomo.

El territorio peruano está subdividido en 24 departamentos o regiones, 195 provincias y 1837 distritos. Ver Anexo VI, página 22, Tabla 1.

Desde el punto de vista empresarial, Perú garantiza a toda empresa el derecho a organizar y desarrollar sus actividades en como crea conveniente. Se ha derogado cualquier disposición legal que fije modalidades de producción o índices de productividad, que prohíba u obligue a la utilización de insumos o procesos tecnológicos y, en general, que intervenga en los procesos productivos de las empresas en función del tipo de actividad económica. Únicamente existen disposiciones legales referidas a la higiene y seguridad industrial, la conservación del medio ambiente y la salud.

La Agencia Peruana de Promoción de la Inversión Privada – PROINVERSIÓN - es la agencia estatal encargada de promover la inversión privada en Perú. Los Gobiernos regionales también pueden promover proyectos de inversión privada en sus jurisdicciones territoriales y dentro del marco de sus funciones y competencias.

Hasta la fecha Perú ha promovido la firma de Acuerdos de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (APPRI) con múltiples países. En el caso de España existe un APPRI entre ambos países en vigor desde el 8 de marzo de 1996. La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) es un organismo autónomo que se ocupa de la recaudación tributaria y de todos los aspectos relacionados con la recaudación de aranceles, tasas e impuestos que gravan el comercio exterior.

5.1.5 Situación económica general.

Perú ha experimentado un gran crecimiento económico durante la última década, siendo el periodo más exitoso de la historia económica del país. Gracias a una agresiva política contracíclica la economía peruana retomó los índices de crecimiento de años anteriores a la crisis, creciendo un 8,8% el año 2010 y un 6,9% en 2011, estimulado principalmente por los sectores de la construcción, comercial y manufactureros.

Según los datos del Fondo monetario Internacional (FMI) el PIB per cápita peruano era de 5.782 dólares en 2011 y de 6.070 en 2012. La evolución del PIB es favorablemente significativa desde 2010. En paridad de poder adquisitivo (datos del

Banco Mundial, 2010), alcanza los 8.930 dólares. La distribución de la renta en quintiles refleja un aumento progresivo de la clase media peruana. Ver Anexo VI, página 22, Tabla 2.

La pobreza total en el Perú se ha reducido en los últimos años, hasta el 31.3% en 2010. Las zonas donde se registra mayor pobreza son la sierra y la selva no urbana, aunque la urbana es más sensible a las variaciones en el precio de los alimentos. La inflación se mantiene en los niveles deseados (en torno al 2%). Ver Anexo VI, página 23 Cuadro 2.

El endeudamiento externo aumentó de forma destacable durante la década de los 80 y principios de los 90 alcanzando en 1994 más de 30.000 millones de dólares. Desde entonces se ha mantenido, aumentando en los últimos años llegando en 2011 en torno a los 35.000 millones de dólares, lo que supone un 23% del PIB total del país. Su peso en el PIB se ha reducido debido al elevado aumento de éste. Ver Anexo VI, página 24, Tabla 3.

Casi todo el comercio exterior peruano está cubierto por Tratados de Libre Comercio, si bien algunos de los más relevantes (señaladamente el negociado con la UE) están pendientes de ratificación. Ver Anexo VI, página 25, Cuadro 3.

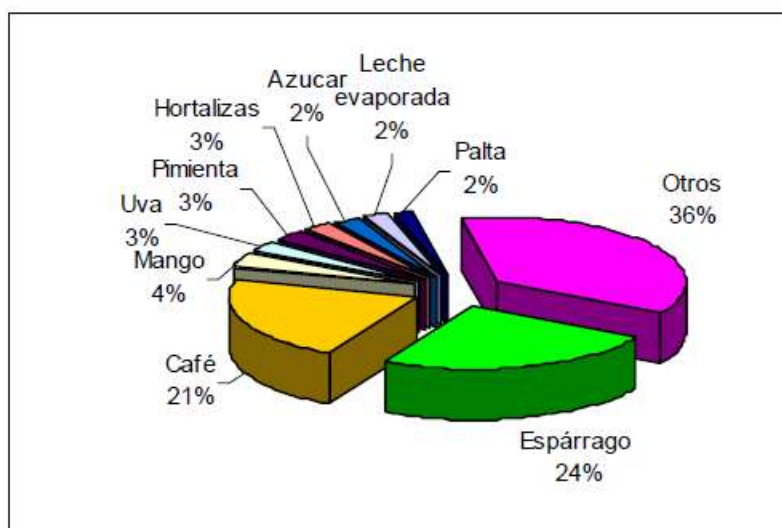
5.1.6 Sector Primario.

La división natural de Perú en tres grandes áreas da lugar a una gran variedad de cultivos agrícolas, predominando los minifundios. El 85% de los agricultores tienen parcelas con menos de 10 hectáreas, siendo la mayoría de las unidades productivas de entre 3 y 10 hectáreas (33%). La agricultura peruana está experimentando un crecimiento notable gracias a los acuerdos comerciales suscritos por el gobierno peruano y a las condiciones climatológicas favorables.

La agricultura representa cerca del 7,5% del PIB, distinguiendo entre tradicional y moderna. La tradicional se destina al mercado interno principalmente, con bajos niveles de tecnificación y productividad y mucha mano de obra barata. La moderna en cambio se destina al mercado externo con un nivel de tecnificación relativamente alto, con inversión en maquinaria; y la producción se concentra en grandes y medianas empresas situadas en la costa del país.

El espárrago se ha convertido en el principal producto agrícola de mayor valor de exportación aérea en Perú, que se ha convertido en uno de los productores y

exportadores más importantes del mundo, superando a China y a los países europeos. Se producen dos tipos de espárragos: el espárrago blanco, que crece bajo tierra y se usa principalmente para las conservas, exportándose en menor porcentaje fresco; y el espárrago verde que se exporta principalmente fresco por vía aérea. Se cultiva en diferentes calibres, siendo los más gruesos los preferidos por los mercados europeos, y los medios y delgados por el mercado norteamericano. Presenta una ventaja competitiva en la producción, y es que ésta se desarrolla durante todo el año, especialmente en las regiones costeras de Ica, Lima, Ancash y La Libertad. Mientras que en otras industrias ya se ha incorporado maquinaria para reducir costes, en la industria del espárrago la mayor parte de la carga de trabajo se sigue realizando a mano.



Fuente: Aduanas Elaboración: Sector Agro – PROMPEX.

5.1.7 Tamaño de la demanda de las maquinas agroalimentarias

El crecimiento de los sectores de la industria alimentaria ha ido de la mano de un proceso de modernización del sistema productivo que se aceleró en la década del 2000. Una de las características de este proceso ha sido la inversión en maquinaria y equipo y la captación de nueva tecnología. Para esto la política del Estado determina que el tipo arancelario debe ser bajo. El arancel aplicable desde 2007 es cero, siendo en años anteriores del 4%, y aunque se a

partir del 1 de enero de 2012 entró en vigor el Arancel de aduanas 2012, que deroga al de 2007, se ha mantenido al 0%.

El mercado de maquinaria para la industria alimentaria en el Perú está principalmente abastecido por importaciones. En el Perú existen fabricantes, pero la fabricación local es aún insipiente y no hay un seguimiento estadístico de esta producción. Aún así, existen algunas grandes empresas ya consolidadas, como la empresa Fima, que factura cerca de US\$40 millones. Entre las empresas peruanas productoras de fajas y sistemas de transporte se encuentran las empresas J&P Weighing Systems, Coneyor Systems, Tecnifajas y Suminco (que factura US\$9 millones y ofrece además balanzas y sistemas de pesaje).

Una práctica común en las empresas del sector alimentario, es el uso de diseños de maquinaria europeos (comprándolos directamente a los diseñadores), y la implementación en las fábricas a través de un equipo de ingenieros y trabajadores nacionales. Bajo esta modalidad, usualmente las partes de tecnología más moderna de los sistemas deben ser importadas.

Son comunes también las empresas que se dedican a la consultoría de importación. Empresas como Induscom, Equipos y maquinarias Globe o MV Supplier, desarrollan proyectos junto con los fabricantes de alimentos y determinan la maquinaria y el equipo óptimos.

5.2. Análisis España.

5.2.1. Situación económica general.

España es un país, miembro de la Unión Europea (UE) DESDE 1986 (entonces CEE). Su forma de gobierno es la monarquía parlamentaria. Su territorio se extiende en 5004.645km², el segundo en superficie de toda la UE. Tiene una población de 47.129.783 habitantes en 2013. Esto supone el país número 23 más poblado del mundo.

Clasificación	Distancia a la frontera		
TEMAS	DB 2014 Clasificación	DB 2013 Clasificación	Cambio
Apertura de un negocio	142	136	⬇️ -6
Manejo de permisos de construcción	98	91	⬇️ -7
Obtención de electricidad	62	71	⬆️ 9
Registro de propiedades	60	56	⬇️ -4
Obtención de crédito	55	52	⬇️ -3
Protección de los inversores	98	95	⬇️ -3
Pago de impuestos	67	33	⬇️ -34
Comercio transfronterizo	32	35	⬆️ 3
Cumplimiento de contratos	59	58	⬇️ -1
Resolución de la insolvencia	22	20	⬇️ -2

Fuente: Doing Business

España, aunque a simple vista no lo parezca, es un País que plantea ciertas dificultades a la hora de realizar negocios. Como se aprecia en la tabla adjunta, en muchos aspectos se sitúa entre los países con más dificultades, como en el de apertura de negocio, en el número 142 del mundo por facilidad, o en el de protección de los inversores en el 98. En cualquier caso España no está entre los mercados con mayores facilidades en ningún aspecto. Esta circunstancia otorga un valor añadido a las sociedades de intermediación.

El PIB de España ha descendido un 1,2% en 2013 respecto al año anterior, siendo este descenso superior en 2012 (1,6%). El valor absoluto del PIB creció 6.014 M € respecto a 2012. Sin embargo, el PIB per cápita ha descendido pasando de 22.300 € en 2012 a 21.948 € en 2013. Ver Anexo VII, página 26 Cuadro 1.

Tras haber experimentado un período de crisis económica desde 2007, la economía española parece estar recuperándose poco a poco. El Banco de España estima un crecimiento del PIB del 1,2% para este año y un 1,7% en 2015, así como un descenso de la tasa de paro, pasando al 25% y 23,8% respectivamente. Estas tasas de crecimiento serían las más elevadas desde el comienzo de la crisis en 2007.

Como se aprecia en el Anexo VII, página 26, Cuadro 2, el consumo privado ha ido en aumento desde 2013, así como la inversión, en términos relativos al PIB español. De igual forma se espera un aumento tanto en las importaciones como en las exportaciones del país.

Si comparamos nuestro país con otros países de la zona euro, (Anexo VII, página 27, Cuadro 3) veremos como otros países europeos afectados por la crisis presentan una evolución similar de su PIB, como Italia o Portugal, estando el proceso de recuperación de España un poco más adelantado.

Podemos observar otros indicadores de la economía (Anexo VII, página 27, Cuadro 4), como el porcentaje de deuda (93,90%) o de déficit (-7,10%) sobre el PIB, que indican que aún queda un largo camino para salir de la situación de crisis del país. Por otra parte, la tasa de inflación en 2013 ha sido del 0,2%, que aunque se mantiene alejada del 2% ideal hace que los productos españoles no se encarezcan para mercados exteriores, haciéndolos por lo tanto más atractivos.

En cuanto al tipo de interés, el Banco central Europeo lo ha reducido al 0,25% anual, siendo el tipo actual del EURIBOR es del 0,613% a 12 meses. Estas circunstancias hacen que el dinero tenga un coste muy bajo, intentando así luchar contra el debilitamiento de los precios, además de revitalizar la economía y ayudar a incrementar las exportaciones.

5.2.2. Comercio exterior e inversiones.

Por último, si analizamos la Balanza de Pagos, podemos apreciar como la Balanza por Cuenta Corriente tiene un saldo negativo. Si bien es algo que se aleja de lo ideal (que sería tener más exportaciones que importaciones), es algo que tradicionalmente ha ocurrido en la economía española, compensándose año tras año por la Cuenta Financiera (las inversiones extranjeras en España). Anexo VII, página 29, Cuadro 5.

5.2.3. Oferta de maquinaria agroindustrial en España.

Los fabricantes españoles de maquinaria agrícola tienen un alto grado de adaptabilidad a las necesidades de sus clientes. Se realizan producciones en serie más cortas que posibilitan llegar a mercados donde las multinacionales no son capaces de servir equipos debido a su rigidez en los procesos productivos. Nuestra larga tradición agrícola y nuestro enclave internacional estratégico han contribuido al desarrollo de una amplia y variada gama de maquinaria y equipos adaptables a todo tipo de explotaciones.

Las empresas productoras de maquinaria agroindustrial se sitúan por varios puntos de la geografía española, como en Córdoba (Moresil, Noli), Lleida (Jyma), Murcia (Solano Horizonte), Vizcaya (Agría Hispania), Álava (Agrator),.... o Navarra, donde se encuentra la empresa Ezma, que será la empresa que vamos a representar en la venta de maquinaria para el proceso de espárragos.

5.3. Análisis Ecuador.

Ecuador es el segundo país sudamericano más pequeño, con una extensión de 256.670 km² (aproximadamente la mitad de España). Está situado en el noroeste de Sudamérica y comparte frontera con Colombia al norte y con Perú al sur y al este. Al oeste limitación el Océano Pacífico.

5.3.1. Población.

La población, según los datos del censo de septiembre de 2013, ha sido contabilizada en 15.831.289 habitantes. Se estima que la población ecuatoriana será de unos 16,3 millones en 2015 y 17,5 millones en 2020.

5.3.2. Lengua oficial y religión.

La lengua oficial es el español y el kichwa y el shuar son idiomas oficiales “de relación intercultural”. El 95% de la población es católica.

5.3.2. Moneda y tipo de cambio.

La única moneda de curso legal en Ecuador es el dólar estadounidense, por lo que al no existir emisión de moneda local, el tipo de cambio está ligado directamente a las fluctuaciones euro/dólar.

TIPO DE CAMBIO FRENTE AL DÓLAR					
Valor	2009	2010	2011	2012	2013 (1º sem)
Media anual euro/dólar	0,72	0,75	0,71	0,776	0,763
Fin de período euro/dólar	0,69	0,75	0,77	0,756	0,767
<i>Fuente: Banco Central del Ecuador Última actualización: Septiembre 2013</i>					

5.3.3. Organización política.

El economista Rafael Correa, actual presidente constitucional del Ecuador, tomó posesión de su cargo por primera vez el 15 de enero de 2007 y, por tanto, lleva 6 años en el poder tratando de implantar en el país lo que él denomina la “Revolución Ciudadana”.

La Constitución consagra un régimen de tipo presidencialista, con una economía intervenida por el Estado, especialmente en algunos sectores considerados estratégicos.

El medioambientalismo y el proteccionismo de la producción nacional son también características definitorias del modelo socioeconómico definido en la Constitución.

5.3.4. Situación económica general.

A partir del 2001, tras un año de dolarización en Ecuador, se empieza a observar una progresiva recuperación del país, así como la estabilización de sus indicadores macroeconómicos, tendencia que se ha ido consolidando desde entonces. Entre 2005 y 2010 el crecimiento del país se situó en el entorno del 4%. En 2008, la economía creció un 6,5% debido al alto precio del petróleo durante los tres primeros trimestres del año, a lo que se sumó el importante incremento de inversión pública.

La inflación de 2012 se situó en el 4,16% al final del periodo, dato que refleja un descenso con respecto a 2011 cuando se alcanzó el 5,42%, y desde luego, muy inferior a los negativos datos de 2008, cuando se llegó al 8,83%. No obstante, no hay que olvidar que la inflación ecuatoriana está persistentemente por encima del país emisor de la moneda ecuatoriana, el dólar americano. Las principales causas de este diferencial positivo son los aranceles impuestos mediante la salvaguardia general sobre las importaciones, la política de expansión del gasto público y los cuellos de botella existentes en la estructura económica ecuatoriana. Entre enero y agosto de 2013 la inflación acumulada es de 1,1% y la interanual de 2,27%.

La Inversión Extranjera Directa (IED) en Ecuador es pequeña en términos absolutos (en especial si se compara con la de sus vecinos Colombia y Perú) y ha decrecido notablemente desde el año 2004, con la salvedad del gran repunte de 2008 (crecimiento del 80,7% motivado, especialmente, por la IED recibida en el sector petrolero y las manufacturas).

La proyección del crecimiento económico calculado por el Fondo Monetario Internacional para el año 2013 en Ecuador muestra una leve disminución en el ritmo de crecimiento de la economía y se prevé que esta crecerá a una tasa de entre el 4-4,5%. Las previsiones del Banco Central del Ecuador apuntan a la misma línea, ya que sitúan el crecimiento del país en el 4,4% para este año.

5.3.4.1. Sector Primario.

Las condiciones geográficas y climáticas que caracterizan a Ecuador le permiten contar con una gran variedad de cultivos. Los denominados tradicionales: banano, café, cacao, etc., son testigos de la diversificación que está sufriendo la agricultura ecuatoriana en favor de otros cultivos de gran potencial exportador. Así, ha existido un desarrollo de las plantaciones de flores, frutas (mango, maracuyá, melón, sandía, piña, etc.) y

vegetales (brócoli, palmito, espárrago, tomate, etc.), denominados cultivos no tradicionales.

En términos generales, el nivel tecnológico del sector agrícola ecuatoriano es bajo. La tecnología aplicada se caracteriza por una cierta dualidad. Los productores capitalizados, básicamente los de banano y flores, son un segmento que utilizan equipos extranjeros de alta calidad, mientras que los agricultores familiares cuentan con una nula o mínima tecnología.

5.3.4.2 Tamaño de la demanda de las maquinas agroalimentarias.

Dado el tamaño del sector agroalimentario ecuatoriano y su importancia dentro de la economía nacional, la industria de maquinaria agrícola se considera de gran importancia para el país, más ahora cuando la intención es mantener los niveles de producción agrícola existentes, aumentar exportaciones y mejorar la calidad de los productos dados los requerimientos actuales de los mercados internacionales.

PROYECTO DE COMERCIO EXTERIOR:

**EXPORTACIÓN DE MAQUINARIA
AGROALIMENTARIA A PERÚ**



Universidad
Complutense
Madrid

6.- LOGÍSTICA

6. LOGÍSTICA

La logística, desde un punto de vista comercial, se puede definir como el conjunto de operaciones necesarias para trasladar una mercancía desde su origen, hasta el consumidor final. Dentro de este conjunto de medios, hemos distinguido tres grupos, aunque muy estrechamente relacionados.

El primero incluiría los medios de transporte a emplear y las formas de almacenaje de la mercancía.

El segundo, consiste en los diferentes recipientes que garantizan a la mercancía la protección y el manejo necesarios. En este segundo grupo incluiremos el envase, el embalaje, el pallet y el contenedor.

El tercer y último grupo lo integran el conjunto de acciones u operaciones a realizar para el correcto desarrollo del transporte. Aquí incluiremos la propia acción de exportación o de importación, la carga y descarga, la estiba y la desestiba, el almacenamiento y distribución.

En este apartado explicaremos todos estos aspectos relacionados con la operación comercial que nos ocupa.

En una operación comercial, especialmente si se trata de comercio internacional, es imprescindible hacer una adecuada planificación de los medios de transporte a utilizar, debido a que su coste conforma una parte importante de los costes totales de la operación. Incluso en operaciones a priori muy beneficiosas, puede dar al traste con su viabilidad, por motivos como el excesivo tiempo requerido en el transporte de un producto perecedero, grandes diferencias de distancia frente a la competencia, dificultades geográficas mal planificadas, etc. Por consiguiente, también hay que tener muy en cuenta las características del producto para elegir correctamente la manera de transportarlo. Por ejemplo, los productos perecederos, con el fin de preservar sus cualidades, suelen ser transportados por vía aérea, lo que les hace soportar un elevado coste en el apartado del transporte, mientras en los que el tiempo no apremia, se puede optar por un medio más barato. Por coste unitario del transporte a cantidades ínfimas respecto a su valor, mientras que otros, para una sola unidad, necesitan un contenedor entero, constituyendo así la logística un elevado coste dentro del total.

En definitiva, todos estos son elementos muy a tener en cuenta para un correcto transporte y almacenaje de la mercancía. Procedamos por tanto a explicar cada uno de ellos.

6.1. Envase y Embalaje

Tanto en la protección física de la mercancía, como en su comercialización no hay que olvidar dos factores esenciales, como son el envase y el embalaje. El primero produce una mayor influencia a la hora de vender a los clientes ya que la presentación de un producto siempre forma una parte fundamental del marketing, publicitando la marca y el estilo para atraer a los consumidores, mientras el segundo factor pretende básicamente la protección de la mercancía y un eficiente almacenamiento durante el transporte.

El producto se basará en una línea de espárrago para 2500/3000 Kg/hora. Esta línea para conseguir el producto final que es el bote de cristal con los espárragos embasados en conserva, consta de los siguientes elementos necesarios que garantizan un funcionamiento continuo del proceso (ver hoja 26 del capítulo 4).

El peso máximo permitido de un contenedor es 21800 kg y ninguna maquina llega a sobrepasarlo.

También hay que calcular la capacidad por dimensión, para saber cuántas máquinas caben en un contenedor. El resultado es que necesitamos, según el propio fabricante 7 contenedores de 20 pies, ninguno de ellos open top.

Además, es importante recalcar que el propio contenedor sirve de embalaje dada la naturaleza de la mercancía.

6.2. Pallets y contenedores

El pallet es un soporte o medio de unas determinadas medidas y que para su manipulación requiere una máquina específica, que facilita y acelera el proceso de carga, descarga y traslado.

En nuestro caso, no es necesaria la utilización del pallet.

Con respecto a los contenedores, aplicamos el tipo “Dry Van” de 40’ con material de acero y son generalmente para las mercancías como paquetes, cartones, cajas, carga delicada, muebles, maquinaria etc.



6.3. Modalidad de transporte

En el contrato de nuestro proyecto, hemos llegado a un acuerdo con el proveedor, en el que aplicamos el Incoterm Ex Works (Fábrica de Lodosa), que consiste en la supervisión del montaje y puesta en marcha y en la asunción de responsabilidad sobre la mercancía, por parte del importador desde la fábrica del exportador hasta la suya asumiendo el importador todos los gastos de transporte y seguro.

Con esto se incluyen, además el seguro y el flete tanto el transporte interior en Perú como internacional, desde el puerto de Bilbao a Perú, y el transporte interior desde Lodosa (Navarra) al puerto de Bilbao. Pero al ser nosotros los intermediarios entre el importador y el exportador, nuestra empresa es la que se encarga de organizar todo el transporte desde Lodosa hasta la fábrica del importador en Lima, con lo que podemos ofertar en posición CIP El Callao.

El punto de la transmisión de la propiedad se produce en el momento en el que se embarca la mercancía.



Existen diferentes modalidades de transporte. A continuación se recogen, así como utilidad para la operación objeto de estudio.

6.3.1. Transporte aéreo

El transporte por vía aérea es el más costoso y el que tiene menos capacidad de transportar mercancía, aunque es la forma más rápida. Como nuestro producto no es perecedero, como pudieran ser productos alimenticios, descartamos esta modalidad.

6.3.2. Transporte terrestre

El transporte terrestre se refiere al que va por carretera o ferrocarril. Es la forma más flexible ya que permite a transportar la mercancía hasta el punto de destino, como almacén de la empresa. Por lo cual, transportamos nuestro producto en camión tanto desde Lodosa en Navarra hasta el Puerto de Bilbao. Como desde el puerto de Callao en Perú hasta el almacén o depósito fiscal del importador, a pesar de que todo este trayecto no es responsabilidad del exportador.

6.3.3. Transporte marítimo

El transporte marítimo es la modalidad más económica y el medio con más capacidad de carga por vehículo de transporte. Además, es la alternativa más utilizada para el transporte internacional. Sin embargo, es más lento y generalmente no es capaz de llegar al punto de destino por esta única vía.

Habitualmente, el contenedor, es utilizado para este tipo de operaciones, y va cargado desde el origen hasta el final. Además tiene unas medidas fijas que permiten una mayor facilidad de carga y descarga, y reducción de coste de manipulación.

Nuestra empresa contactó con una compañía naviera para transportar la mercancía desde Lodosa hasta El Callao. Esta vía sería la escogida debido a que se adapta a las condiciones requeridas por el producto para su transporte y resulta más económico. La duración de dicho trayecto será de 24 días aproximadamente de navegación más los la duración del transporte terrestre según los datos que nos ofrecen las compañías españolas.

6.4. Documentos marítimos

Existen unos documentos que son indispensables a la hora de realizar una operación de comercio internacional.

- Conocimiento de embarque o Bill of lading: emitido por el capitán del buque, o por alguien autorizado por este como representante, en el momento en el que la mercancía ha sido embarcada debidamente en el buque. En él se indica que la cantidad y una breve descripción de la mercancía, indicando además el puerto de carga y de destino, si se ha pagado el flete en origen o debe pagarlo el receptor de la mercancía, nombre del buque, consignatario, cargadores.... Su principal finalidad es dejar constancia de la correcta recepción de la mercancía. Es un recibo de depósito y transporte de la mercancía. Es un título de propiedad de la mercancía, permitiendo su negociación antes de que la mercancía llegue a su destino. Es el documento de transporte marítimo de mayor importancia. Ver Anexo VIII, página 30.
- Packing list: es un documento en el que se detalla la cantidad de la mercancía y su descripción. Una vez que el receptor de la mercancía confirme que la mercancía enviada es la acordada con el exportador, debe firmarlo. Este documento prueba la entrega de los bienes. Ver Anexo IX, página 31.

Conjuntamente a estos documentos, se presentarán:

- Factura comercial
- Certificado de origen
- Certificado de calidad

- Certificado o póliza de seguro

6.5. Cotización de transporte

Con referencia a la cotización, la compañía que hemos seleccionado nos presenta el siguiente resultado:

Transporte Lodosa (España) – Callao (Perú)	
Modalidad	Multimodal: Carretera a puerto de Bilbao y marítimo a puerto de Callao
Compañía	Savino del Bene (Spain) S.L.
Precio	26.688,48 €
Tiempo	30 días

Es la empresa que mejores condiciones de transporte nos ha ofrecido, por lo que la hemos seleccionado. En el Anexo X, página 32, se puede observar la oferta que nos han enviado más detallada.

6.6. Seguro marítimo

En toda operación comercial existe riesgo de pérdida o rotura de la mercancía, llegando al comprador inservible o no llegando. Este riesgo debe ser cubierto mediante el seguro marítimo. Es un contrato por el cual se asegura la mercancía en beneficio del asegurado por parte del asegurador. Este seguro es efectivo desde que se embarca la mercancía en el buque y mantiene su duración hasta que se descargue la mercancía en el puerto de destino, cubriendo la entidad aseguradora todos los riesgos.

En nuestro caso, la propia compañía de transportes se encarga del seguro, cobrándonos por ello un 0,35% del valor CIP de la mercancía, siendo el importe del seguro de 3.734,99€. (Ver escandallo en Capítulo 9 página 74)

El objeto de cobertura de nuestro contrato es el conjunto de maquinaria agroindustrial para el proceso de espárragos. El viaje se inicia desde Lodosa (Navarra) hasta el puerto

de Bilbao, donde se embarcará con destino al puerto de Callao en Perú. La duración aproximada del trayecto será de 30 días.

El capital total asegurado es el 110% del valor CIP de la mercancía en puerto de destino, es decir 1.067.139,11€

6.7. Almacenaje

Normalmente la mercancía es almacenada para ser inspeccionada, y después esperar a ser embarcada y después pasará a otro almacén en el puerto de destino hasta que el importador la inspeccione, la despache y la retire. Dado que nuestro producto no es perecedero, puede estar almacenado durante períodos largos de tiempo, pero esto no nos interesa ya que el coste aumentará. De hecho, lo ideal es que el gasto de almacenaje sea el menor posible, ya que la maquinaria debe ser transportada hasta su destino para su montaje y puesta en funcionamiento lo antes posible. Por este motivo, sería deseable que la mercancía permaneciera almacenada únicamente el tiempo necesario para ser inspeccionada.

PROYECTO DE COMERCIO EXTERIOR:

**EXPORTACIÓN DE MAQUINARIA
AGROALIMENTARIA A PERÚ**



Universidad
Complutense
Madrid

7.- FISCALIDAD

7. FISCALIDAD

Este apartado se divide en dos puntos. El primero sería el despacho aduanero de exportación, en la que asesoramos al exportador sobre los procedimientos a realizar. El segundo punto consistirá en el despacho aduanero en la aduana de destino, así como el asesoramiento sobre los procedimientos y destinos más convenientes fiscalmente para la mercancía tras su despacho.

El segundo punto se sale de nuestra labor empresarial para esta operación, ya que la venta al importador se realiza en condiciones CIP Callao (Perú), por lo que ahí termina nuestra responsabilidad. Sin embargo, hemos trabajado en ello desde un punto de vista académico, poniendo en práctica nuestros conocimientos adquiridos en la materia, además podría servir como un servicio extra de asesoramiento, en este caso, para el importador peruano.

7.1 Fiscalidad en origen

Aquí no encargamos de todo el asesoramiento y la consecución de los documentos necesarios para el despacho de la mercancía en la aduana de salida de España.

Para poder exportar en España se deben cumplir unos requisitos, ser poseedor del EORI o NIF-IVA, este se puede conseguir a través de la AEAT o mediante cualquier Dependencia de Aduanas e II.EE. o el propio Departamento de Aduanas e II.EE., el siguiente requisito es hacer un DUA de exportación (Anexo XI, página 34) en la aduana y ya como último requisito es que la mercancía salga de la UE.

Como recomendación para no tener ningún problema en destino, no se exige para exportar, es importante el Certificado de Origen. En este caso, en Perú, el necesario es el EUR1, lo obtenemos en la Cámara de Comercio de Navarra.

7.2 Fiscalidad en destino

Como hemos comentado antes, esta parte es puramente académica, ya que la responsabilidad de nuestro cliente, el exportador, sobre la mercancía, termina con la llegada del buque a Callao.

Tras la llegada de la mercancía a Callao serán descargadas y llevadas a un depósito temporal. En total el tiempo establecido por ley para asignarles un destino aduanero desde su llegada Callao es de 45 días desde la descarga del barco. Nosotros, para evitar los costes de almacenaje de un depósito temporal, que supondría tardar uno o más días

en despachar la mercancía, proponemos un rápido trámite del DUA, ya que esto es posible desde tiempo antes de la llegada de la mercancía al puerto para la Importaciones definitivas.

El encargado de la gestión aduanera y tributaria para las importaciones y exportaciones en Perú es el SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria). Los requisitos que el SUNAT establece para la importación son los siguientes:

- Declaración Única de Aduanas debidamente cancelada o garantizada.
- Fotocopia autenticada del documento de transporte.
- Fotocopia autenticada de la factura, documento equivalente o contrato.
- Fotocopia autenticada del documento de seguro de transporte de las mercancías.
- Lista de empaque o información técnica adicional.
- Certificado de origen.
- La Declaración Andina de Valor (DAV).

El importador peruano despachará la mercancía a consumo pagando arancel e impuestos aplicables. En nuestro caso el arancel de la mercancía es del 0%, nuestro producto pertenece al capítulo 85 de la clasificación arancelaria, los impuestos aplicables en Perú son IGV (Impuesto General a las Ventas) 16%, este tributo grava la importación de todos los bienes. Además el IPM (Impuesto Promoción Municipal) 2%, que grava la importación de los bienes afectos al IGV.

Recordar que estos impuestos no son un coste para el importador ya que le serán devueltos por el SUNAT tras sus declaraciones mensuales.

Es importante decir también que cualquier empresa o importador, salvo cuando el valor de la mercancía sea de muy poco valor, deben tener el RUC (Registro Único del Contribuyente). Contiene información como el nombre, denominación o razón social, el domicilio fiscal, la actividad económica principal y las secundarias de cada contribuyente. Asimismo recoge la relación de tributos afectos, teléfonos, la fecha de inicio de actividades y los responsables del cumplimiento de obligaciones tributarias. Es la figura peruana del NIF español para las personas físicas y CIF para las personas jurídicas.

PROYECTO DE COMERCIO EXTERIOR:

**EXPORTACIÓN DE MAQUINARIA
AGROALIMENTARIA A PERÚ**



Universidad
Complutense
Madrid

8.- FINANCIACIÓN

8. FINANCIACIÓN

En este apartado vamos a tratar tres aspectos esenciales de nuestra operación comercial relacionados con la financiación internacional.

El primero de ellos es el medio de pago, esto es, el instrumento o vehículo de pago que vamos a emplear para el cobro de nuestra comisión como agentes de venta y para el cobro-pago entre el exportador español y el importador peruano. En este punto se va a analizar las distintas alternativas disponibles, sus respectivas características, ventajas e inconvenientes y la relación de documentos comerciales y financieros implicados.

En segundo lugar se analizará la financiación propiamente dicha. En este sentido se explicará las causas de necesidad de financiación del exportador y del importador, las distintas posibilidades de financiación además de las ventajas e inconvenientes.

Por último vamos a tratar de analizar los riesgos existentes y la forma de cubrir los mismos. En este apartado concentraremos en aquellos riesgos que se derivan directamente de las operaciones financieras, como son de impago, de tipo de cambio o de tipo de interés. No obstante, también mencionaremos brevemente los demás tipos de riesgo, como son comerciales o políticos.

8.1 Medio de pago

En esta operación comercial están implicados pagos a dos diferentes actores. El primero del importador al exportador que se sucede en diferentes momentos, como ya veremos y se explicará más adelante. Aquí nosotros actuamos como intermediarios comerciales y asesores para nuestro cliente español, y como tal, le exponemos las distintas opciones a las que puede optar, las ventajas e inconvenientes de cada uno y también la opción que consideramos más adecuado para esta operación. Siempre teniendo en cuenta la opinión del importador y tratando de llegar a un consenso entre las partes. El segundo pago será el del exportador a nosotros por desempeñar nuestra función de agente de ventas en Perú y asesor. Esta cantidad se va a pagar mediante transferencia a nuestro favor ingresando en la cuenta bancaria de la sociedad Iberican Intersupplier S.L. A continuación se explica con más detalle la operativa.

8.1.1. Opciones disponibles

Antes de empezar a explicar las distintas modalidades de medio de pago existentes cabe mencionar un aspecto fundamental, el momento del pago. Existe una división principal

del momento del pago, pago anticipado y pago con posterioridad a la recepción de la mercancía por parte del importador. La primera posibilidad es muy ventajosa para el exportador, ya que elimina casi todos los riesgos y obtiene financiación gratuita. En cambio la segunda modalidad es más habitual en el mercado ya que el importador suele ser la parte fuerte en una mesa de negociación porque todo el mundo quiere vender y por tanto suele imponer condiciones favorables hacía él, o una combinación de ambas, es decir, un pequeño anticipo mientras que el pago principal es posterior. Por lo tanto en las siguientes modalidades de pago se explican teniendo en cuenta las diferentes posibilidades.

(Para detalles de comisiones ver Anexo XII, página 35)

a) Transferencia

Una transferencia bancaria es la operación por la que una persona o entidad (el ordenante) da instrucciones a su entidad bancaria para que envíe, con cargo a una cuenta suya, una determinada cantidad de dinero a la cuenta de otra persona o empresa (el beneficiario).

No son necesarios ningún documento financiero ni comercial para recibir y efectuar el pago, tiene las siguientes ventajas e inconvenientes:

EXPORTADOR	IMPORTADOR
Inconvenientes: -Inseguridad en cuanto al momento de cobro (importador decide el momento de emisión de la transferencia).	Inconvenientes: -Se produce sin demora el cargo en la cuenta. -Inseguridad si se produce el pago antes de recibir la mercancía.
Ventajas: -Coste bancario muy bajo. -Seguridad en el pago, ya que el mismo es irrevocable. - Rapidez en su recepción desde que el importador hace el pago.	Ventajas: -Rapidez en la emisión. -Coste relativamente muy bajo. -Revisión de la mercancía si se paga después de recibirla.

b) Cheque bancario

El cheque bancario es un documento por el cual la persona que lo expide o emite y lo firma (el librador) ordena a una entidad bancaria (el librado) en la que tiene dinero que pague una determinada suma a otra persona o empresa (el beneficiario o tenedor). Tiene las siguientes ventajas e inconvenientes:

Inconvenientes para el exportador	Ventajas para el importador
<ul style="list-style-type: none">-Cierta inseguridad en el cobro (impago, falsificación, extravío).-Sujeto a la normativa del país pagador.-Demora en el cobro	<ul style="list-style-type: none">-Bajo coste-Demora el cargo en su cuenta bancaria

c) Remesa documentaria

Una remesa documentaria es un medio de pago por el que el exportador tramita unos documentos comerciales que representan la propiedad de las mercancías, a través de su entidad financiera, acompañados o no de documentos financieros, con la orden de entregar todos los documentos contra pago, contra aceptación del efecto o con otras instrucciones. Los documentos comerciales serían una factura comercial, certificado de origen, packing list, conocimiento de embarque y póliza de seguro. Tiene las siguientes ventajas e inconvenientes:

EXPORTADOR	IMPORTADOR
Inconvenientes: -Coste bancario elevado. -Mayor tiempo de ejecución. -No existe seguridad en el cobro al no haber compromiso de pago por parte del banco del importador. -Cuando el importador no acepte pagar, el exportador se tendría que hacer cargo de los costes de destino y del coste del transporte en el caso que regrese la mercancía.	Inconvenientes: -El que inicia la operación es el exportador. -Coste bancario elevado. -Mayor tiempo de ejecución -El importador no puede revisar la mercancía antes de aceptar o efectuar el pago, por lo que se tiene que fiar de los documentos.
Ventajas: -Más barato que Crédito Documentario. -El exportador tiene la posesión de la mercancía hasta que el importador hace el pago o se compromete a ello aceptando el efecto.	Ventajas: -Más barato que Crédito Documentario. -En caso de remesas con pago a una fecha aplazada, retira los documentos del banco y puede despachar la mercancía.

d) Crédito documentario irrevocable

El Crédito Documentario es una operación bancaria por la cual una entidad financiera (Banco Emisor), por orden del comprador (Ordenante), pone a disposición del vendedor (Beneficiario) una suma convenida, condicionando su entrega al cumplimiento fiel y exacto de unas condiciones precisas, fijadas por el ordenante y recogidas en el condicionado del crédito documentario. Además el Banco Emisor adquiere el compromiso de honrar ese Crédito Documentario cuando se produzca una presentación conforme de los documentos; estos suelen ser la factura comercial, packing list, certificado de origen, póliza de seguro y el conocimiento de embarque. Tiene las siguientes ventajas e inconvenientes:

EXPORTADOR	IMPORTADOR
Inconvenientes: -Se le exige un rigor absoluto en el cumplimiento de las condiciones del crédito. -Elevado coste.	Inconvenientes: -Una vez abierto el crédito el ordenante ya no puede cancelar su compromiso de pago. -Elevado coste. -Los documentos intervinientes en el crédito documentario son independientes de lo pactado en el contrato de compra venta.
Ventajas: -El cobro de su venta está asegurado por un banco. -El pago del crédito documentario no se verá frenado por discrepancias surgidas por defecto en las mercancías mientras estén conformes los documentos.	Ventajas: -Puede obtener mejores condiciones de precio, plazo, etc. Ya que ofrece al exportador un medio de pago que supone una garantía total de cobro. -Fija las condiciones de la operación (previo acuerdo) y tiene la certeza de que la mercancía se entregará bajo esas condiciones.

Recomendación y elección final

Nuestro proveedor trabaja habitualmente con Créditos Documentarios confirmados por un banco español, como él nos ha reconocido, salvo en operaciones con clientes que son de total confianza y ya llevan muchos años trabajando conjuntamente. Esta elección coincide con nuestra recomendación para realizar la operación, ya que aunque es un medio de pago más caro que el resto es el que ofrece una mayor seguridad de cobro al estar asegurado por un banco, además al abrirse el crédito documentario es irrevocable y por tanto el cobro de la operación se produciría si el exportador cumple con los requerimientos del crédito documentario.

Detalles

Se trata de un Crédito Documentario Irrevocable Confirmado denominado en euros pagadero en 3 partes. El banco emisor es el BBVA Continental en Perú y el banco designado y confirmador es el BBVA en España.

El primer pago, el 40% del contrato, se produce a la firma del contrato, esta es una exigencia del exportador debido al alto valor de la operación y como señal de que el comprador está realmente interesado en comprar el equipo y no se va a echar atrás además para cubrir la necesidad de acopio de materiales para la fabricación de la línea.

El segundo pago, el 50% del contrato, será pagadero a los 20 días desde la fecha de embarque en Bilbao. Los documentos que se exigirán son la factura comercial original por triplicado, el set completo del Conocimiento de Embarque limpio, a la orden, endosados en blanco y marcados “clean on board” y “freight prepaid”, packing list, certificado de origen emitido por la Cámara de Comercio en este caso de Navarra, un Certificado de calidad y la póliza de seguro pagada por el 110% del valor de la mercancía.

El tercer y último pago por el 10% restante será tras el montaje y puesta marcha de la línea de fabricación en las instalaciones del importador y su comprobación por un experto independiente de que funciona correctamente. Este es el documento que se requerirá para el último pago.

Hay que recordar que la apertura del Crédito documentario corre a cargo del importador (Anexo XIII, página 38), su coste será del 1.45%. Para nuestro exportador el coste final del crédito asciende al 0.95% del valor de la mercancía en condiciones CIP Callao (Perú) por recepción y gestión de cobro, el cual se explica con mayor detalle en el Anexo XII, página 36 y en el capítulo 9 “Escandallo”.

8.2. Financiación

8.2.1. Necesidades

Lo primero que vamos a estudiar es a que necesidades de financiación nos enfrentamos. En primer lugar y teniendo en cuenta que nuestro cliente es una de las empresas de referencia en la fabricación de equipos para la industria conservera española sus recursos financieros son suficientes para la producción de la línea completa de embotado de espárrago además como hemos visto en el apartado anterior el medio de pago elegido, de acuerdo el importador y el exportador en él, fue un crédito documentario irrevocable pagadero un 40% a la firma del contrato, un 50% a la entrega en condiciones CIP Callao (Perú) y el 10% restante a la puesta en marcha y comprobación del correcto funcionamiento de la línea de producción. Por tanto la prefinanciación estaría financiándose mediante un pago adelantado por el importador.

En segundo lugar, la denominada posfinanciación. En este caso es causada por el pago aplazado del 10% restante a la puesta en marcha de la línea haciendo que el exportador tenga que soportar costes administrativos, logísticos y además de los costes financieros que se haya generado en el periodo de prefinanciación.

8.2.2. Alternativas

Este apartado es completamente académico ya que nuestro proveedor tiene su propio departamento financiero y son ellos los que valoran la financiación. Actuando como asesores del exportador español le explicamos las distintas posibilidades de financiación que dispone y un breve resumen de las características de cada uno.

a) Préstamo simple

Modalidad de obtención de recursos ajenos más convencional y sencilla de manejar. Se solicita una cuantía determinada para un periodo concreto a una institución financiera y ésta nos lo concede a cambio del pago de unos intereses más la devolución del principal en referencia a un valor de mercado como puede ser el Euribor más un tipo de interés o un tipo de interés fijo.

Tiene como ventaja la sencillez operativa y la certeza del coste que supone. El inconveniente es su escasa flexibilidad.

b) Línea de crédito

Este instrumento es semejante al anterior, solo que en lugar de que nos entregue toda la cantidad de una sola vez vamos a disponer de la cantidad que deseemos a medida que nos sea necesario. Se pagan dos tipos de intereses diferentes, uno por la cantidad total disponible, interés más bajo, y otro por la cantidad utilizada, normalmente un tipo más alto.

Tiene como ventaja una mayor flexibilidad y la posibilidad de disponer de una cantidad mayor de dinero si se necesita. El inconveniente es que si nos confundimos y nos conceden más de nuestra necesidad real puede haber un sobre coste.

c) Pago adelantado del importador

Esta opción es la más barata y ventajosa para el exportador. Dispone de dinero libre de interés y sin costes adicionales. Esto es poco frecuente pero en el sector

en el que nuestro producto se mueve es lo normal ya que son proyectos de mucho valor y es como una garantía para que el comprador no se eche atrás.

d) Apoyos oficiales

Los estados apoyan y fomentan las exportaciones nacionales además de fomentar el desarrollo en países de menor nivel de rentas per cápita. Para este fin, el estado pone a disposición instrumentos y herramientas de ayuda; dentro se encuentran los Créditos Oficiales a la Exportación que ofrecen condiciones más ventajosas que las de mercado.

Las principales modalidades de crédito oficial son el Crédito a la Exportación y el Crédito Concesional. La primera opción es una modalidad de crédito comercial con apoyo estatal de hasta el 85% del contrato de exportación a un tipo de interés más bajo y fijo. La segunda opción es un crédito de ayuda al desarrollo, créditos FIEM, financia el 100% del contrato con un plazo de amortización muy amplio y unos tipos de interés muy por debajo de los de mercado y fijos.

Estos créditos son para la adquisición de bienes de equipo nuevos o plantas de llave en mano nuevos, como es nuestro caso.

El funcionamiento del Crédito a la Exportación se puede ver con más detalle en el Anexo XIV, página 39.

e) Otras modalidades

Es posible utilizar otras vías de financiación como son la emisión de obligaciones por parte de la empresa o la ampliación de capital con la emisión de nuevas acciones.

8.2.4. Elección

Nuestra recomendación sería la opción de un Crédito a la Exportación, la financiación sería para el importador peruano, que es quién tiene que hacer frente a los pagos de las cuotas del crédito. Nuestro proveedor cobraría en los mismos porcentajes y fechas pactadas estipuladas en el contrato, salvo que pagaría un banco y tendría asegurado el pago. Tras consultar con nuestro proveedor y con el cliente peruano, que posee una capacidad financiera lo suficientemente grande como para hacer frente a la operación, no está interesado en esta opción por sus trabas burocráticas en Perú.

Por tanto, como se ha visto antes con el medio de pago y con el acuerdo de las partes, el pago adelantado por parte del importador es la alternativa escogida como prefinanciación para la producción de la maquinaria.

8.3. Seguro

En este apartado explicaremos los riesgos posibles a los que se enfrenta nuestro cliente y las posibilidades de cubrir los mismos y las características de estos instrumentos de cobertura.

8.3.1. Riesgos

En una operación de comercio internacional existen una gran variedad de riesgos. En primer lugar existe el riesgo de tipo de cambio derivado de la diferencia de monedas que utilizan el exportador y el importador, en segundo lugar existe un riesgo de tipo de interés que deriva de la fluctuación de los tipos a los que el exportador está sometido si ha recurrido a financiación ajena; en tercer lugar existe el riesgo de impago por parte del importador y en último lugar se encuentran aquellos riesgos que puedan producirse por causas ajenas a las partes implicadas como pueden ser casos de fuerza mayor, guerras, cambios políticos, bloqueos comerciales, etc. A continuación analizaremos aquellos riesgos que puedan afectar a la parte financiera de la operación.

a) Riesgo de tipo de cambio

La moneda nacional de Perú es el Nuevo Sol mientras que en España es el euro. Sin embargo, Sudamérica es una región que para las operaciones internacionales está dolarizada. Por tanto el precio acordado se fija en dólares utilizando el tipo de cambio del momento a la firma de contrato. No obstante, en nuestra operación existen 3 hitos de pago, a la firma del contrato, a la entrega en Callao y al montaje y puesta en marcha.

Para valorar si existe el riesgo de tipo de cambio analizamos la fluctuación del tipo de cambio euro/dólar en los últimos 6 meses.

FLUCTUACIÓN EURO-DÓLAR 6 MESES (09/11/2013-09/05/2014)



Fuente: www.finanzas.com

Como se puede observar la fluctuación es alta y, como hemos mencionado antes, tenemos tres hitos de pago bastante separados en el tiempo seguramente el tipo de cambio variará y puede afectar negativamente o positivamente al exportador y al importador. Dado el alto montante de la operación una pequeña variación ya supondría un riesgo para el exportador. Para ello es recomendable hacer una cobertura de tipo de cambio para el periodo desde la firma del contrato hasta el pago final. También se debe tener en cuenta que la oferta tiene un periodo de validez en el que el tipo de cambio puede variar, si se ofrece en dólares, los precios pueden variar mucho y tirar por tierra todos los cálculos efectuados para dar una oferta ajustada. Para evitar esta problemática se oferta en euros.

b) Riesgo de tipo de interés

Para los créditos y préstamos es común que los tipos de interés por los que hay pagar sobre el principal sea de una parte fija, un diferencial, a la que hay sumar un tipo interbancario variable, el Euribor, que se revisa cada x meses. En nuestro caso, no necesita nuestro cliente financiación para esta operación, por tanto este riesgo no existe.

c) Riesgo de impago

Puede existir cualquier problema de solvencia del importador, pero recordamos que hemos utilizado un crédito documentario irrevocable, por el cual el importador no puede rechazar el pago voluntariamente si el exportador cumple con los requisitos documentales del mismo. Y aunque existan problemas de

solvencia del importador existe una entidad financiera confirmadora responsable del pago. A pesar de todo eso, existe una mínima posibilidad de quiebra de la entidad financiera, en este caso, del BBVA. El riesgo de que esto suceda es prácticamente nulo por tanto decidimos no hacer un seguro que cubra esta posibilidad.

d) Riesgo país

El riesgo en este caso procede del país importador, que pueda expropiar la mercancía o impedir el pago del importador al exterior. El país de destino es Perú, país miembro de la OMC. Consideramos ínfima esta posibilidad por tanto no hacer un seguro que cubra este riesgo.

8.3.2. Coberturas

Como acabamos de explicar, el único riesgo que consideramos para el nuestra operación comercial puede verse afectado es el de tipo de cambio. A continuación realizamos una explicación de los instrumentos disponibles para su cobertura con el fin de facilitar la elección por parte del exportador español.

- Seguro de cambio

Es un instrumento por el cual se establece un tipo de cambio por el que a la fecha de vencimiento se intercambia una cantidad de divisa por euros al tipo de cambio del seguro, con independencia del tipo que exista en ese momento en el mercado de divisas. Cumple con la función de cobertura pero es poco flexible.

- Opción de tipo de cambio

Por este instrumento pagamos una prima porcentual para fijar un tipo de cambio de compra o venta para ejecutar a la fecha de vencimiento. Llegada la fecha de vencimiento si el tipo de mercado no es desfavorable ejecutamos la opción al tipo de cambio acordado. En caso contrario, si el tipo de mercado nos beneficia, no ejecutamos la opción y aprovechamos el tipo de mercado.

8.3.3. Elección

Este punto es la recomendación que daríamos al importador peruano, como se ha dicho antes, la operación se haría en euros. Para el importador la elección adecuada es una Opción Call de compra de € ya que el periodo desde la firma del contrato hasta el

último pago es muy amplio y además la cuantía expuesta es muy alta. Por tanto se debe adquirir una Opción compra de euros, calculamos que por un periodo de 3 meses es suficiente, se iniciaría el periodo a los 20 días de la fecha de embarque que se establece en el Crédito documentario. El valor del tipo de cambio que queremos es el mismo al que se hizo para el primer pago.

El coste de esta operación es del 0.1% sobre la cantidad por la que adquirimos la opción como se puede ver con más detalle en el Anexo XV, página 43.

PROYECTO DE COMERCIO EXTERIOR:

**EXPORTACIÓN DE MAQUINARIA
AGROALIMENTARIA A PERÚ**



Universidad
Complutense
Madrid

9.- ESCANDALLO

9. ESCANDALLO

Escandallo de la operación comercial de exportación de una línea para el embotado del espárrago.

Datos:

-Producto: línea completa para el tratamiento del espárrago.

-Origen: Lodosa, provincia de Navarra, España.

-Destino: Perú.

ESCANDALLO Y CÁLCULO DE COSTES DE LA LINEA		cada contenedor 40'
línea de proyecto		867.428,57
EXW		867.428,57
transporte Losada-Bilbao	596,00	4.172,00
Despacho exportación	28,00	196,00
Documentación	57,00	399,00
Precinto	3,00	21,00
Certificado EUR-1	10,00	70,00
Tasa T3	44,14	308,98
THC origen	170,00	1.190,00
FCA		873.785,55
Flete	1.450,00	10.150,00
BUF (Bunkers surcharge)	1.002,00	7.014,00
Tasa Canal Panamá	350,00	2.450,00
Seguridad	7,50	52,50
THC destino	95,00	665,00
CFR		894.117,05
Gastos bancarios	0,95%	9.216,20
Comisión transporte y asesoramiento financiero	5,00%	48.506,32
seguro internacional 110%	0,35%	3.734,99
Imprevistos	1,50%	14.551,90
CIP		970.126,46

*(Ver ANEXO XVI, página 44, para cálculos del Escandallo)

Hasta este punto es dónde entran nuestros servicios de asesoría que prestamos a nuestro cliente.

Esta siguiente parte la realizamos a modo de complemento académico. Nuestro trabajo terminó con la entrega en Callao. Algunos datos se basan en aproximaciones y

costumbres comerciales y pueden diferir de los reales, como por ejemplo la comisión de ventas.

Valor en aduanas		970.126,46
Arancel 0%	0,00%	0,00
Base imponible IGV		970.126,46
Impuesto general a las ventas IGV 16%	16,00%	155.220,23
Impuesto de promoción municipal 2%	2,00%	19.402,53
Comisión de compras	1,00%	9.701,26
Agente de aduanas		550,00
transporte El Callao(Perú)-Libertad		6.000,00
DDP		986.377,72

* El impuesto general a las ventas IGV y el impuesto de promoción municipal no son un coste y está explicado su funcionamiento en el capítulo 7. Fiscalidad página 58

PROYECTO DE COMERCIO EXTERIOR:

**EXPORTACIÓN DE MAQUINARIA
AGROALIMENTARIA A PERÚ**



Universidad
Complutense
Madrid

10.- CONTRATACIÓN

10. CONTRATACIÓN

10.1. Contrato de representación

CONTRATO DE REPRESENTACIÓN EN PERÚ

De una parte la empresa EZMA MAQUINARIA ALIMENTARIA S.A, domiciliada en Polígono Industrial s/n, 31580 Lodosa (Navarra), representada por D. Ángel Manuel Ezquerro, en su calidad de Director General, de aquí en adelante llamado “El representado”.

Y de la otra IBERICAN INTERSUPPLIER, S.L., domiciliada en Calle Fuente del Berro nº12, 8ºd. 28009 Madrid representada por D. Carlos Moraleda Ropero, en su calidad de Administrador Único, de aquí en adelante llamado “El representante”.

Reconociéndose ambas partes capacidad suficiente para contratar.

Exponen

Primero:

Que el representado tiene como actividad principal la producción y distribución de:

- Maquinaria agro-industrial para el procesamiento de conservas de espárragos
- Maquinaria agro-industrial para el procesamiento de conservas de pescado.

Y está interesado en la introducción de sus líneas y equipos de producción en Perú.

Segundo:

Que el representante está interesado en colaborar con el representado para gestionar la investigación del mercado y la venta de los productos anteriormente enumerados, muy especialmente los relativos a la conserva de espárragos y que cuenta para ello con los contactos necesarios en dicho país para llevar a cabo esta labor.

Tercero:

Que a los efectos anteriormente citados ambas partes acuerdan firmar el presente contrato que se regirá por las siguientes.

Cláusulas

Primera:

El representado encomienda al representante la investigación del mercado peruano de equipos y líneas y la venta de los mismos en dicho mercado.

Segunda:

El representante llevará a cabo, por cuenta del representado, las siguientes actuaciones en este país:

- Localización y selección, en base a posibilidades reales de compra o distribución de posibles socios comerciales para el representado.
- Información legal y administrativa que afecte a los productos del representado.
- Asesoramiento al representado de los costos en Perú, y en la confección de escandallos y propuestas de colaboración.
- Localización de posibles socios peruanos para la distribución de los equipos del representado o compras directas en Perú.
- Localización de líneas de crédito y posibles subvenciones que ayuden a hacer más competitivos los productos del representado.

Tercera:

El representado por su parte deberá:

- Proveer al representado con toda la documentación técnica, catálogos y planos necesarios para el mejor conocimiento de sus equipos y que le permita el desarrollo de sus funciones.
- Abonar al representante una comisión del 5% (cinco por ciento) sobre el valor total de las ventas que este realice durante la vigencia del presente contrato, bien entendido que las operaciones iniciadas durante la misma serán consideradas como finalizadas dentro del periodo contractual.

Las comisiones serán abonadas en la misma moneda en la que se realicen las ventas y dentro del plazo de quince días de la recepción por parte del representado de los pagos/s a que den lugar las ventas.

Cuarta:

El presente contrato entrará en vigor en la fecha de su firma y tendrá una validez de doce meses naturales, a contar desde esta fecha.

Quinta:

Cualquiera de las partes tendrá derecho a la cancelación de este contrato, en caso de incumplimiento manifiesto de la otra parte de sus obligaciones contractuales.

Sexta:

Toda controversia que se derive del presente contrato se resolverá definitivamente mediante arbitraje en el marco de la Corte española de Arbitraje por uno o más árbitros y de conformidad a su reglamento, a lo que se encomienda la administración del arbitraje y designación del árbitro o del tribunal arbitral.

Las partes hacen constar su compromiso a cumplir el laudo que se dicte.

En Madrid a 15 de abril de 2014.

POR EZMA MAQUINARIA ALIMENTARIA, S.A.

Don. Ángel Manuel Ezquerro

POR IBERICAN INTERSUPPLIER.

Don. Carlos Moraleda Roperó

10.2. Contrato de compraventa

CONTRATO DE COMPRA VENTA

En el día de la fecha, reunidos de una parte EZMA S.A, con domicilio En Polígono Industrial, s-n 31580 Lodosa Navarra (España), representada por D. Ángel Ezquerro, en su calidad de Director general de aquí en adelante llamado el Vendedor y de la otra AGRÍCOLA A LA VENTA S.A, con Domicilio en avenida Ricardo Elías Aparicio 141, representada por Gerardo Gery, en su calidad de Director general, de aquí en adelante llamado el comprador.

Ambas partes se reconocen capacidad para contratar y acuerdan realizar la siguiente operación de compra venta en base a las cláusulas que a continuación se detallan.

Objeto del contrato:

Línea completa para la selección, limpieza, pelado y embotado de espárragos, con una capacidad de 2500/3000 kg/hora y según las especificaciones y planos recogidos en el Anexo No 1 de este contrato.

Embalaje:

La mercancía será embalada convenientemente para poder soportar el transporte terrestre y marítimo entre España y Perú e irá en siete contenedores de 40’.

Precio:

El precio completo de la línea ya instalada en el lugar designado por el comprador, dentro del territorio de Perú, será de 970.126,46 Euros y según el desglose del Anexo No2 (Capítulo 9. Escandallo, página 74) de este contrato en condiciones CIP El Callao.

Incluyendo en el mismo: Material, según Anexo No 1, supervisión de la instalación, montaje y pruebas de la línea y todos los impuestos a pagar fuera del territorio peruano.

Están excluidos todos los gastos no explícitamente recogidos en el punto anterior y especialmente los referidos al transporte desde la empresa EZMA en Lodosa hasta la empresa AGRÍCOLA A LA VENTA S.A en Perú y el despacho de aduanas e impuestos de importación e IVA.

Entrega:

La mercancía será embarcada con destino al puerto de descarga dentro de los 120 / 140 días siguientes a la correcta recepción del crédito documentario a que hace referencia la cláusula de pago.

La supervisión para la instalación, montaje y pruebas de la línea será realizada por el vendedor dentro de los 15 días siguientes al aviso por parte del comprador de que toda la mercancía se encuentra, debidamente despachada de aduanas, en el lugar en que se procederá a instalar.

Pago:

El pago se realizará por medio de un crédito documentario irrevocable y confirmado por el Banco Santander (oficina Lodosa), pagadero de la siguiente forma:

40% a la apertura del crédito, y 50% contra la presentación de los siguientes y el 10% a la aceptación de la línea de producción.

Penalizaciones por demora en la entrega:

En caso de que el vendedor se retrase en entregar la mercancía será penalizado con un 1,5% sobre el valor de la misma por cada semana de retraso hasta el primer mes de retraso, a partir del primer mes y hasta la finalización del tercero la penalización será del 2,5% semanal sobre el valor de la mercancía y si transcurrido el plazo de tres meses no se hubiera entregado la mercancía el comprador tendrá derecho a la cancelación del contrato, sin perjuicio de poder exigir al vendedor las responsabilidades a que hubiere lugar.

Garantías:

EZMA garantiza el suministro gratuito de todos aquellos elementos de la máquina que puedan resultar defectuosos en el periodo de los primeros 12 meses de operación (en ningún caso el periodo excederá a los 18 meses desde la fecha del conocimiento de embarque. (B/L)

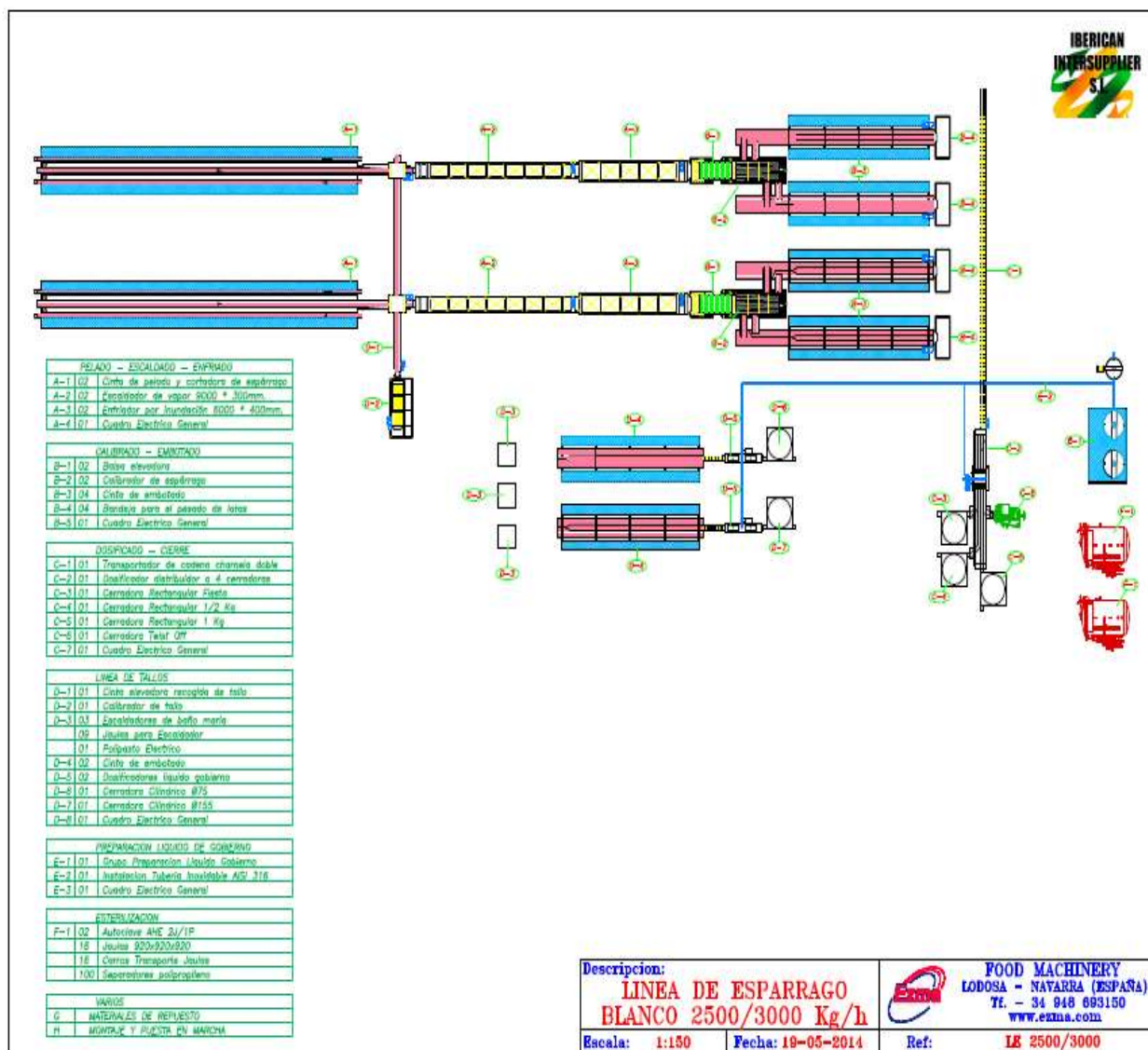
La garantía de EZMA no cubrirá fallos mecánicos debidos a irresponsabilidad en el periodo de los 12 primeros meses de operación. La garantía no cubre fallos mecánicos

debidos a la falta de mantenimiento de las máquinas. En caso de insolvencia la garantía mecánica carece de validez.

Arbitraje:

En caso de conflicto entre las partes y si no se pudiera llegar a un entendimiento amistoso, el mismo se dirimirá por arbitraje en la Cámara de Arbitraje de París, de acuerdo a la legislación francesa y a las normas de la propia cámara.

ANEXO NO 1 AL CONTRATO ENTRE A AGRÍCOLA A LA VISTA S.A. Y EZMA S.A.



LÍNEA DE ESPÁRRAGO BLANCO

A		PELADO Y ENFRIADO DEL ESPÁRRAGO
A.1	2	CINTAS DE PELADO Y CORTE
A.2	2	ESCALDADORES DE VAPOR
A.3	2	ENFRIADORES POR INUNDACIÓN
A.4	1	CUADRO ELÉCTRICO GENERAL
B		CALIBRADO Y EMBOTADO
B1	2	BALSAS ELEVADORAS
B2	2	CALIBRADORES DE ESPÁRRAGO
B3	4	CINTAS DE EMBOTADO
B4	4	MESAS DE PELADO
B5	1	CUADRO ELÉCTRICO GENERAL
C		DOSIFICADO Y CIERRE
C1	1	TRANSPORTADOR CHARNELA
C2	1	DOSIFICADOR LIQUIDO GOBIERNO
C3	1	CERRADORA FIESTA - 2º USO
C4	1	CERRADORA ½ KG - 2º USO
C5	1	CERRADORA 1 Kg - 2º USO
C6	1	CERRADORA TWIST OFF - 2º USO
C7	1	CUADRO ELÉCTRICO GENERAL
D		LÍNEA DE TALLOS
D1	1	CINTA ELEVADORA RECOGIDA DE TALLOS
D2	1	CALIBRADOR DE TALLOS
D3	3	ESCALDADORES
	9	CESTAS
	1	POLIPASTO
D4	2	CINTAS DE EMBOTADO
D5	2	DOSIFICADORES DE LÍQUIDO GOBIERNO
D6	1	CERRADORA Ø 75 - 2º USO
D7	1	CERRADORA Ø 155 - 2º USO
D8	1	CUADRO ELECTRICO GENERAL
E		PREPARACIÓN LÍQUIDO DE GOBIERNO
E1		GRUPO DE PREPARACIÓN
E2		INSTALACIÓN TUBERÍA
E3		CUADRO ELECTRICO GENERAL
F		TRATAMIENTO TÉRMICO - ESTERILIZACIÓN
F1	2	AUTOCLAVES EZMA MOD AHE 2J/1P - PTC
	16	CESTAS
	16	CARROS
	100	SEPARADORES
G		MATERIALES REPUESTO
H		MONTAJE Y PUESTA EN MARCHA

PROYECTO DE COMERCIO EXTERIOR:

**EXPORTACIÓN DE MAQUINARIA
AGROALIMENTARIA A PERÚ**



Universidad
Complutense
Madrid

11.- EJECUCIÓN REAL

11. EJECUCIÓN REAL

El producto en el que se basa nuestro proyecto de exportación en un principio puede parecer muy abstracto, pero a medida que se va conociendo en profundidad el producto, resulta fascinante como un proceso de producción relativamente sencillo puede añadir tanto valor añadido a un producto agrícola como es el espárrago.

El objetivo en el que se basa este proyecto es la exportación de maquinaria agroalimentaria a Perú con el fin de dotar a empresas productoras de espárragos, cooperativas de agricultores o cualquier otro tipo de figura empresarial de maquinaria para el procesamiento de los espárragos.

Desde un primer momento nuestro proyecto está enfocado hacía una clara aplicación real, la elección del producto, el análisis del mercado, la búsqueda de proveedor y clientes, los escandallos de coste, la financiación y fiscalidad han sido realizados poniendo especial énfasis en la realidad de los datos y aplicando la prudencia necesaria a la hora de tratar estos datos.

Todos nuestros costes han sido analizados en profundidad para poder definir la viabilidad del proyecto. La aplicación práctica de este proyecto según hemos podido observar en el plan de negocios nuestro proyecto nos proporcionará beneficios económicos.

Actualmente estamos en proceso de negociación con nuestro cliente en Perú resolviendo sus numerosas cuestiones para poder adaptar la línea a sus necesidades. Este trabajo es parte de nuestras funciones como agentes de intermediación comercial, no solamente conectamos a fabricantes y compradores, sino que os mantenemos a su lado durante todo el proceso de compra del producto.

Numerosos factores nos han motivado a seguir a delante con este proyecto, todas nuestras ilusiones están depositadas en el futuro que nos pueda brindar esta aventura. Esperamos que este proyecto de lugar a la creación de una nueva empresa.

PROYECTO DE COMERCIO EXTERIOR:

**EXPORTACIÓN DE MAQUINARIA
AGROALIMENTARIA A PERÚ**



Universidad
Complutense
Madrid

12.- CONCLUSIONES

12. CONCLUSIONES

Desde el inicio del máster todo ha girado en torno al proyecto. Todas las charlas, recomendaciones, clases, trabajos y un largo etcétera iban dedicados para la elaboración del proyecto. Todos esos conocimientos adquiridos se deben exponer aquí, por tanto, el proyecto crea unas expectativas muy altas para nosotros y para el resto de compañeros. Es la prueba que pone fin a nuestro aprendizaje y demostrará lo que hemos aprendido.

Hemos dedicado muchos días y noches a su elaboración, muchos quebraderos de cabeza, muchas idas y venidas, muchos giros repentinos tanto positivos como negativos, en definitiva es toda una experiencia hacer un proyecto de esta envergadura.

Este proyecto hace que podamos sacar varias conclusiones, como son la académica, la empresarial e incluso la humana.

La humana, en el sentido de trabajar en grupo, la relación entre personas. Los choques que haya podido haber, el tiempo pasado codo con codo elaborando el trabajo y viajando a diferentes reuniones, el saber que yo dependo de tí y tú dependes de mí, en definitiva los buenos y malos momentos que hay en las relaciones interpersonales.

Académicamente hemos aprendido que es de vital importancia conocer todas las áreas de la empresa para poder desempeñar con mayor conocimiento y perspectiva tu labor. Por ejemplo, nuestro director de logística debe conocer el producto a la perfección para organizar su transporte y para la relación con la aduana. Así como, nuestro director comercial ha necesitado conocer perfectamente los diferentes medios de pago que hay para poder ofrecer un producto más completo al cliente, tanto al exportador como al importador, mejorando las condiciones de compra así como los aspectos fiscales que envuelven la operación. Para lograr hacer funcionar este engranaje es necesario conocer cómo funciona el comercio internacional y unir un elemento con otro. Nosotros hemos estudiado cada elemento por separado y este ha sido el hito en el que hemos visto cómo interactúan simultáneamente.

Desde el punto de vista empresarial empezaremos destacando, el aprendizaje funcional, haciendo de todas las ideas que poseemos focalizarlas en un solo objetivo y adecuando las circunstancias en busca de un fin empresarial asequible, pasando por la elección del producto, la viabilidad, los medios y la logística sin dejar de lado el capital humano que cada integrante representa en la realización de este proyecto.

Por otro lado confiamos en haber aportado un valor añadido al resultado final del proyecto, es la manera en la que las empresas sobreviven.

La ejecución real del proyecto es un punto en el que todos coincidimos que es de enorme utilidad, ya que nos ha permitido contrastar las grandes diferencias que existen de dar el salto del papel, la teoría, que lo aguanta todo, a la relación directa con empresas reales, mediante mailing, teléfono o en persona. Esto ha supuesto una experiencia tremenda. Hemos comprendido que las relaciones entre empresas se hacen al fin y al cabo entre personas, y la manera de actuar, hablar, relacionarse, tanto de ellos como nosotros, marca muy directamente el resultado de las operaciones y eso no se puede prever como se hace en la teoría. Hemos contactado con empresas de transporte, importadores, exportadores, agentes de aduanas, banqueros, y cada una de esas relaciones ha sido diferente. A parte existe la cuestión de que nos tomen en serio y vean que nosotros de verdad queremos que esto salga adelante. Esto ha provocado retrasos, tanto académicos como a nivel empresarial. Hemos seguido adelante gracias a nuestra insistencia y al hacer ver a todos estos elementos de la cadena del comercio que estamos aquí para encontrar nuestro espacio y quedarnos.

Hemos trabajado, nos hemos esforzado y eso siempre tarde o temprano lleva a buen puerto. El tiempo dirá si el proyecto que hemos hecho sale adelante o no, pero lo que seguro sabemos es que por nosotros el empeño no cesará.

PROYECTO DE COMERCIO EXTERIOR:

**EXPORTACIÓN DE MAQUINARIA
AGROALIMENTARIA A PERÚ**



Universidad
Complutense
Madrid

13.- BIBLIOGRAFÍA

13. BIBLIOGRAFÍA

- Apuntes y libros utilizados por los profesores del Máster.
- Boletín Económico 12/2013 y 02/2014 del Banco de España.
- *El sector de maquinaria agroalimentaria en Perú*; (2010) realizado por APOYO consultoría y la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Lima.
- *El sector de la agroindustria en Perú*; (2010) realizado por APOYO consultoría y la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Lima.
- *Guía País: Perú*; (2012) elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España en Lima
- *Mejorando la competitividad y el acceso a los mercados de exportaciones agrícolas por medio del desarrollo y aplicación de normas de inocuidad y calidad: El ejemplo del espárrago Peruano*; (2004) realizado por Tim M. O'Brien (Inter-American Institute for Cooperation on Agriculture – IICA Coronado, Costa Rica) y Alejandra Díaz Rodríguez (Comisión para la Promoción de Exportaciones - PROMPEX Lima, Perú)
- Departamento de bromatología y tecnología de los alimentos de la universidad de Córdoba: <http://www.uco.es/dptos/bromatologia/tecnologia/bib-virtual/bajada/memespa.pdf>
- SVS Agro: <http://www.svsagro.cl/mecanizacion-y-automatizacion.html>
- Lamolina.edu: <http://www.lamolina.edu.pe/negocios/Bases/introduccion.html>
- Lan Cargo: <http://www.lancargo.com/es/esparragos>
- El Comercio Portafolio: Economía y Negocios:
<http://elcomercio.pe/economia/peru/exportaciones-peruanas-esparragos-crecieron-221-entre-enero-octubre-noticia-1673970>

- Página web del BBVA: www.bbva.es

<https://www.bbva.es/sistema/meta/tarifas/index.jsp>

www.bbvacontuempresa.es/desarrollo-negocio/guia-basica-credit-documentarios

<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Informes-Especiales/Cobertura-Cambiaria-BBVA-1.pdf>

- Página web de la Superintendencia nacional de aduanas y de administración tributaria de Perú: <http://www.sunat.gob.pe/>

<http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/index.html>

- Página web de la Comisión Europea: <http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.htm>

- Página web del Banco Mundial: <http://www.bancomundial.org/es/country>

- Página web de la Agencia Tributaria:

<http://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio.shtml>

- Página web de Cesce: <http://www.cesce.com/web/sp/>

- Información y negocios de segunda mano: <http://www.quiminet.com/articulos/la-produccion-de-azulejo-2714615.htm>

- Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos:

<http://www.ascer.es/sectorPlantilla.aspx?lang=es-ES&cual=descripcion>

- El periódico del azulejo:

http://www.elperiodicodelazulejo.es/noticias/actualidad/azulejo-espanol-renuncia-margenes-no-subir-precios_552.html

- Periódico El Mundo: [http://www.elmundo.es/comunidad-](http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2014/01/02/52c52d0c268e3e0c4b8b456c.html)

[valenciana/2014/01/02/52c52d0c268e3e0c4b8b456c.html](http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2014/01/02/52c52d0c268e3e0c4b8b456c.html)

- Castellón Información: <http://www.castelloninformacion.com/tile-of-spain-azulejo-dubai-feria/>

- Lasprovincias.es: <http://www.lasprovincias.es/v/20101122/castellon/azulejo-busca-dubai-reforzar-20101122.html>
- Albaidar: <http://albaidar.com/?tag=exportacion>
- Asesoresdepymes.com: <http://asesoresdepymes.com/exportacion/el-exito-de-la-internacionalizacion-del-azulejo/>
- Asociación española de fabricantes de Azulejos, Pavimentos y Baldosas Cerámicos: <http://spaintiles.info> / www.ascer.es
- Asociación Española de Técnicos Cerámicos: www.atece.org
- Instituto de Promoción de Cerámica: www.ipc.org.es
- Sociedad Española de Cerámica y Vidrio: www.secv.es
- Foro Global del Recubrimiento Cerámico: www.qualicer.org
- Asociación Española de Fabricantes de Ladrillos y Tejas de Arcilla Cocida: www.hispalyt.es
- Sociedad Cerámica Europea: www.ecers.org